



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER  
EL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

**ERAZO ILBAY JHONNATAN JAVIER**

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**2018**



©2018, Jhonnatan Javier Erazo Ilbay

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación que: El trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** de responsabilidad del señor Jhonnatan Javier Erazo Ilbay, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

**ING. DANNY DANIEL CASTILLO VIZUETE**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

---

**EC. FLOR MARÍA QUINCHUELA POZO**  
**ASESORA DEL TRIBUNAL**

---

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Jhonnatan Javier Erazo Ilbay, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 6 de marzo del 2018

Jhonnatan Javier Erazo Ilbay

Cédula de Ciudadanía: 060424920-1

Yo, Jhonnatan Javier Erazo Ilbay, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

JHONNATAN JAVIER ERAZO ILBAY

## DEDICATORIA

*Este triunfo en especial va dirigido a Dios por sus bendiciones, sabiduría y fortaleza para forjar mi camino profesional , al motor principal de mi vida mi hijo Johan Isaac, quien es la mejor bendición que Dios me pudo dar, a mi esposa Lizbeth Andrea por estar junto a mí en los buenos y malos momentos, brindándome la fuerza necesaria para no desmayar y poder seguir adelante en nuestras vidas, por ser la amiga, amante, compañera quien me apoya para conseguir mis sueños, a mis padres Javier y Martha por el inmenso esfuerzo para verme realizado profesionalmente, por sus sabios consejos y su infinito amor sobre todo por formarme como persona que es lo principal en la vida, al igual el inmenso agradecimiento a mis padres políticos por el apoyo hacia mi hogar y jamás dejarnos desamparados, a mis hermanos menores Víctor y Daniel por ayudarme en mis obligaciones mientras me tocaba estudiar, parar ustedes este logró con mucho amor y dedicación.*

*Jhonnatan Javier Erazo Ilbay*

## AGRADECIMIENTO

*Expreso mi más sincero agradecimiento al mentor de mi carrera profesional el Ms Danny Castillo, quien me ha instruido de la mejor manera para poder focalizarme en mi especialidad profesional.*

*A la Economista Flor Quinchuela por su apoyo incondicional y el asesoramiento para poder finalizar una etapa más de las tantas que están por llegar.*

*Porque no, nombrar a mis compañeros, amigos, hermanos de clase y de estudio superior, con los cuales pasamos momentos gratos y amargos que nos permitieron formarnos como lo que ya somos, unos profesionales.*

*A la ESPOCH por ser mi segundo hogar y acogerme estos años de vida estudiantil.*

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” .....</b>	<b>1</b>
<b>II. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. IMPORTANCIA .....</b>	<b>1</b>
<b>B. PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
<b>C. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>III. OBJETIVOS .....</b>	<b>2</b>
<b>A. GENERAL .....</b>	<b>2</b>
<b>B. ESPECÍFICOS .....</b>	<b>2</b>
<b>IV. HIPÓTESIS .....</b>	<b>3</b>
<b>A. HIPÓTESIS DE TRABAJO .....</b>	<b>3</b>
<b>V. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>4</b>
<b>A. GENERALIDADES DEL TURISMO .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Turismo .....</b>	<b>4</b>
<b>B. HOSTERIA .....</b>	<b>6</b>
<b>C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....</b>	<b>6</b>
<b>D. VIABILIDAD COMERCIAL .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Estudio de mercado .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Demanda .....</b>	<b>8</b>
<b>3. Oferta .....</b>	<b>9</b>
<b>E. VIABILIDAD TÉCNICA .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Tamaño del proyecto .....</b>	<b>10</b>
<b>2. Localización .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Ingeniería del proyecto .....</b>	<b>10</b>
<b>F. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL .....</b>	<b>12</b>
<b>1. Estudio legal .....</b>	<b>12</b>
<b>2. Estudio Administrativo .....</b>	<b>13</b>
<b>G. VIABILIDAD AMBIENTAL .....</b>	<b>13</b>



1. Concepto .....	13
2. Consideraciones sobre la factibilidad medioambiental .....	14
3. Los costos ambientales y el análisis costo – beneficio (ACB) .....	14
4. Valoración de los efectos sobre el medio ambiente .....	15
5. Requerimientos adicionales en la evaluación económica de impactos ambientales.....	15
6. Valoración económica de daños ambientales .....	15
<b>H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....</b>	<b>16</b>
1. Concepto .....	16
2. Tasa interna de retorno (TIR) .....	17
3. Razón beneficio costo.....	17
<b>VI. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>18</b>
<b>A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....</b>	<b>18</b>
1. Localización .....	18
2. Ubicación geográfica.....	18
3. Delimitación del área .....	19
4. Características climáticas .....	19
5. Características del suelo .....	19
6. Clasificación ecológica .....	20
<b>B. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>20</b>
1. Materiales .....	20
2. Equipos .....	21
<b>C. METODOLOGÍA .....</b>	<b>21</b>
1. Determinar la viabilidad comercial .....	21
2. Elaborar la viabilidad técnica del proyecto .....	23
3. Establecer la viabilidad administrativa legal.....	24
4. Determinar la viabilidad del estudio ambiental. ....	24
5. Realizar la viabilidad económica y financiera del proyecto.....	25
<b>VII. RESULTADOS .....</b>	<b>26</b>
<b>A. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO .....</b>	<b>26</b>

<b>1. Análisis de la demanda .....</b>	<b>26</b>
<b>2. Recopilación, análisis y sistematización de la información. ....</b>	<b>28</b>
<b>3. Análisis de la Oferta .....</b>	<b>46</b>
<b>4. Análisis de la competencia .....</b>	<b>46</b>
<b>5. Confrontación competencia vs demanda .....</b>	<b>46</b>
<b>6. Determinación de la demanda objetiva: .....</b>	<b>47</b>
<b>7. Plan mercadotécnico del proyecto .....</b>	<b>47</b>
<b>B. ESTABLECER LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO .....</b>	<b>56</b>
<b>1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística .....</b>	<b>56</b>
<b>2. Diseño técnico arquitectónico.....</b>	<b>64</b>
<b>C. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA .....</b>	<b>79</b>
<b>1. Análisis de leyes.....</b>	<b>79</b>
<b>2. Requisitos legales .....</b>	<b>90</b>
<b>3. Estructura orgánica.....</b>	<b>91</b>
<b>4. Estructura funcional.....</b>	<b>92</b>
<b>5. Manual de cargos y funciones.....</b>	<b>93</b>
<b>D. DETERMINAR LA VIABILIDAD SOCIO AMBIENTAL.....</b>	<b>98</b>
<b>E. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA .....</b>	<b>100</b>
<b>1. Viabilidad financiera .....</b>	<b>100</b>
<b>2. Índices financieros.....</b>	<b>104</b>
<b>VIII. CONCLUSIONES .....</b>	<b>105</b>
<b>IX. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>106</b>
<b>X. RESUMEN .....</b>	<b>107</b>
<b>XII. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>108</b>
<b>XIII. ANEXOS .....</b>	<b>111</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

N°	DESCRIPCION	PÁGINA
<b>Tabla 1.</b>	Matriz para la investigación de mercados. ....	21
<b>Tabla 2.</b>	Género de los turistas locales. ....	28
<b>Tabla 3.</b>	Rango de edad de los turistas locales. ....	29
<b>Tabla 4.</b>	Turistas locales que les gustaría pasar en un lugar de relajación. ....	30
<b>Tabla 5.</b>	Servicios a utilizar en la hostería. ....	30
<b>Tabla 6.</b>	Actividades que le gustaría realizar en la hostería. ....	31
<b>Tabla 7.</b>	Tipo de alimentación para degustar en la hostería. ....	31
<b>Tabla 8.</b>	Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas locales. ....	32
<b>Tabla 9.</b>	Tipo de personas con quien realiza su viaje. ....	32
<b>Tabla 10.</b>	Cantidad de gasto por día. ....	33
<b>Tabla 11.</b>	Tipo de publicidad para información turística. ....	33
<b>Tabla 12.</b>	Género de los turistas nacionales. ....	34
<b>Tabla 13.</b>	Rangos de edad de los turistas nacionales. ....	35
<b>Tabla 14.</b>	Lugar de procedencia de los turistas nacionales. ....	35
<b>Tabla 15.</b>	Personas que han escuchado acerca del cantón Mocha. ....	36
<b>Tabla 16.</b>	Personas interesadas por conocer el cantón Mocha. ....	36
<b>Tabla 17.</b>	Interés por visitar un establecimiento que ofrezca actividades de recreación, alimentación, hospedaje en contacto con la naturaleza. ....	37
<b>Tabla 18.</b>	Adquisición de un paquete para visitar la hostería. ....	37
<b>Tabla 19.</b>	Servicios que le gustaría utilizar en la hostería. ....	38
<b>Tabla 20.</b>	Actividades que le gustaría realizar en la hostería. ....	38
<b>Tabla 21.</b>	Tipo de alimentación para degustar en la hostería. ....	39
<b>Tabla 22.</b>	Temporada del año en la cual usted realiza su viaje. ....	40
<b>Tabla 23.</b>	Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas nacionales. ....	40
<b>Tabla 24.</b>	Tipo de personas con quien realiza su viaje. ....	41
<b>Tabla 25.</b>	Cantidad de gasto por día. ....	41
<b>Tabla 26.</b>	Tipo de publicidad para información turística. ....	42
<b>Tabla 27.</b>	Perfil del cliente ....	42

<b>Tabla 28.</b> Perfil del turista nacional. ....	43
<b>Tabla 29.</b> Determinación de la demanda potencial local.....	45
<b>Tabla 30.</b> Determinación de la demanda potencial nacional. ....	45
<b>Tabla 31.</b> Proyección de la demanda potencial. ....	46
<b>Tabla 32.</b> Tabla de la demanda insatisfecha.....	46
<b>Tabla 33.</b> Determinación de la demanda. ....	47
<b>Tabla 34.</b> Determinación de la demanda objetiva. ....	47
<b>Tabla 35.</b> Talento humano. ....	55
<b>Tabla 36.</b> Activos diferidos.....	55
<b>Tabla 37.</b> Gastos de promoción y publicidad (Durante) ....	55
<b>Tabla 38.</b> Consumo aparente de Turistas. ....	57
<b>Tabla 39.</b> Consumo aparente de clientes locales por actividades.....	57
<b>Tabla 40.</b> Consumo aparente por actividad de agroturismo ....	57
<b>Tabla 41.</b> Consumo aparente por actividad de Trekking.....	58
<b>Tabla 42.</b> Consumo aparente por actividad de fotografía turística.....	58
<b>Tabla 43.</b> Consumo aparente por actividad de camping ....	58
<b>Tabla 44.</b> Consumo aparente por actividad de observación del paisaje ....	58
<b>Tabla 45.</b> Consumo aparente por actividad de ciclismo.....	59
<b>Tabla 46.</b> Itinerario turístico.....	61
<b>Tabla 47.</b> Cálculo del precio del paquete ....	63
<b>Tabla 48.</b> Programación de la hostería.....	64
<b>Tabla 49.</b> Receta de comida típica de la zona “papas con cuero” ....	73
<b>Tabla 50.</b> Plato típico de la zona “papas con cuy” ....	73
<b>Tabla 51.</b> Receta de plato típico de la zona “papas con conejo” ....	74
<b>Tabla 52.</b> Receta de la región costa “corvina frita”.....	74
<b>Tabla 53.</b> Receta de la costa ecuatoriana “pescado frito” ....	75
<b>Tabla 54.</b> Receta “camarones apanados” ....	75
<b>Tabla 55.</b> Talento humano (mano de obra directa) ....	76
<b>Tabla 56.</b> Activos fijos.....	76
<b>Tabla 57.</b> Materia prima.....	77

<b>Tabla 58.</b> Requisitos para la creación de la hostería .....	90
<b>Tabla 59.</b> Talento humano .....	97
<b>Tabla 60.</b> Activos fijos .....	97
<b>Tabla 61.</b> Activos diferidos. ....	98
<b>Tabla 62.</b> Permisos de funcionamiento .....	98
<b>Tabla 63.</b> Otros .....	98
<b>Tabla 64.</b> Matriz de impactos ambientales .....	99
<b>Tabla 65.</b> Tabla de inversiones .....	100
<b>Tabla 66.</b> Tabla de fuentes de financiamiento.....	101
<b>Tabla 67.</b> Amortización de la deuda .....	101
<b>Tabla 68.</b> Depreciación de activos fijos .....	102
<b>Tabla 69.</b> Amortización de activos diferidos. ....	102
<b>Tabla 70.</b> Estructura de costos y gastos. ....	102
<b>Tabla 71.</b> Ingresos por entrada al establecimiento. ....	102
<b>Tabla 72.</b> Ingresos por paquete. ....	103
<b>Tabla 73.</b> Total de ingresos para el establecimiento. ....	103
<b>Tabla 74.</b> Estado de resultados.....	103
<b>Tabla 75.</b> Flujo de caja.....	104
<b>Tabla 76.</b> Indices financieros. ....	104

## INDICE DE GRÁFICOS

N° PÁGINA	DESCRIPCIÓN
<b>Gráfico 1.</b>	Ubicación geográfica del cantón Mocha..... 18
<b>Gráfico 2.</b>	Género de las personas encuestadas..... 29
<b>Gráfico 3.</b>	Rango de edad de las personas encuestadas..... 29
<b>Gráfico 4.</b>	Turistas locales que les gustaría pasar en un lugar de relajación. .... 30
<b>Gráfico 5.</b>	Servicios a utilizar en la hostería ..... 30
<b>Gráfico 6.</b>	Actividades que realizaría en la hostería..... 31
<b>Gráfico 7.</b>	Tipo de alimentación para degustar en la hostería ..... 32
<b>Gráfico 8.</b>	Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas locales ..... 32
<b>Gráfico 9.</b>	Tipo de personas con quien realiza su viaje..... 33
<b>Gráfico 10.</b>	Cantidad de gasto por día..... 33
<b>Gráfico 11.</b>	Tipo de publicidad para información turística ..... 34
<b>Gráfico 12.</b>	Género de turistas nacionales..... 34
<b>Gráfico 13.</b>	Rangos de edad de los turistas nacionales..... 35
<b>Gráfico 14.</b>	Lugar de procedencia de los turistas nacionales ..... 36
<b>Gráfico 15.</b>	Personas que han escuchado acerca del cantón Mocha..... 36
<b>Gráfico 16.</b>	Personas interesadas por conocer el cantón Mocha ..... 37
<b>Gráfico 17.</b>	Interés por visitar un establecimiento que ofrezca actividades de recreación, alimentación, hospedaje en contacto con la naturaleza. .... 37
<b>Gráfico 18.</b>	Adquisición de un paquete para visitar la hostería..... 38
<b>Gráfico 19.</b>	Servicios que le gustaría utilizar en la hostería ..... 38
<b>Gráfico 20.</b>	Actividades que le gustaría utilizar en la hostería..... 39
<b>Gráfico 21.</b>	Tipo de alimentación para degustar en la hostería ..... 39
<b>Gráfico 22.</b>	Temporada del año en el cual realiza su viaje..... 40
<b>Gráfico 23.</b>	Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas nacionales ..... 40
<b>Gráfico 24.</b>	Tipo de personas con quien realiza su viaje..... 41
<b>Gráfico 25.</b>	Cantidad de gasto por día..... 41
<b>Gráfico 26.</b>	Tipo de publicidad para información turística ..... 42

<b>Gráfico 27.</b> Marca de la imagen de la hostería.....	48
<b>Gráfico 28.</b> Tarjeta de presentación .....	50
<b>Gráfico 29.</b> Comercialización de la hostería en la principal red social .....	50
<b>Gráfico 30.</b> Portada de la página web hostería “Hidden paradise”. .....	51
<b>Gráfico 31.</b> Portada de la página web hostería “Hidden paradise”. .....	52
<b>Gráfico 32.</b> Portada de los servicios de la hostería “Hidden Paradise”. .....	53
<b>Gráfico 33.</b> Portada de información sobre la hostería “Hidden paradise”.....	54
<b>Gráfico 34.</b> Ubicación de la hostería Hidden Paradise en el cantón Mocha .....	56
<b>Gráfico 35.</b> Planta arquitectónica. ....	65
<b>Gráfico 36.</b> Diseño de la cabaña .....	65
<b>Gráfico 37.</b> Fachada frontal de la recepción .....	66
<b>Gráfico 38.</b> Cubierta de la piscina y el spa.....	66
<b>Gráfico 39.</b> Flujograma de servicio #1 “piscina, spa” .....	69
<b>Gráfico 40.</b> Flujograma de servicio #2 “Hospedaje” .....	70
<b>Gráfico 41.</b> Flujograma de servicio #3 “áreas de recreación” .....	71
<b>Gráfico 42.</b> Flujograma de servicio #4 “alimentación” .....	72
<b>Gráfico 43.</b> Estructura organizacional de la Hostería “Hidden Paradise” .....	91
<b>Gráfico 44.</b> Estructura funcional de la Hostería “Hidden Paradise” .....	92

**LISTA DE ABREVIATURAS**

<b>CM</b>	Captación de mercado
<b>DI</b>	Demanda insatisfecha
<b>DO</b>	Demanda objetiva
<b>DP</b>	Demanda potencial
<b>FEPTCE</b>	Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador
<b>GAD</b>	Gobierno Autónomo Descentralizado
<b>GPS</b>	Sistema de Posicionamiento Global
<b>INEC</b>	Instituto Nacional de Estadística y Censos
<b>LUAF</b>	Licencia Única Anual de Funcionamiento
<b>MINTUR</b>	Ministerio de Turismo
<b>OMT</b>	Organization Mundial de Turismo
<b>PDOT</b>	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
<b>PEA</b>	Población económicamente activa
<b>PEI</b>	Población económicamente inactiva
<b>PRC</b>	Periodo de Recuperación de Capital
<b>RBC</b>	Relación Beneficio Costo
<b>SECTUR</b>	Secretaría de Turismo
<b>TIR</b>	Tasa interna de retorno
<b>UTM</b>	Universal Transverse Mercator
<b>VAN</b>	Valor actual neto





# **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL CANTÓN MOCHA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

## **II. INTRODUCCIÓN**

### **A. IMPORTANCIA**

Ecuador uno de los países que cuenta con un amplia e inigualable riqueza natural y cultural, la diversidad de sus regiones que abarca cientos de miles de especies en flora y fauna ha dado como resultado que el país reciba 14 reconocimientos de los World Travel Awards, de las 26 categorías a las que estaba nominada en la sección Sudamérica, lo que lo convirtió en el país más ganador de la región en el 2017.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo. MINTUR. (2017) Este reconocimiento le abre las puertas al país para aumentar el flujo del turismo receptor y atraer nuevas inversiones, además de fortalecer el turismo interno.

Las estadísticas del Ministerio indica que en los primeros 7 meses del año 2017 ingresaron 914.477 turistas extranjeros, un 9.3% más que el año pasado, los establecimientos de alojamientos de lujo a nivel nacional excepto Galápagos en junio del 2017 tuvieron una ocupación del 59.6% y 42% en los de primera categoría, lo que representa el crecimiento del 1.1% y 15.6%, respectivamente.

En la provincia de Tungurahua específicamente en el cantón Mocha, con el pasar del tiempo se ha venido realizando mejoras para el progreso del cantón, presenciando el trabajo mancomunado de los habitantes, a priori; la constante capacitación que abarca en el tema turismo, agricultura y ganadería, sabiendo que Mocha es un cantón catalogado netamente agrícola y ganadero.

Aun así, no existe un avance y aprovechamiento de los recursos para potencializar el turismo en el cantón; mencionemos sus potencias: el caso del cerro Puñalica, su diversidad gastronómica, la estación de tren ferrocarriles del Ecuador, que en si genera beneficios económicos para los pobladores, por ende la importancia de contribuir al cantón con centros de alojamiento y recreación a los turistas que si bien es cierto no cuenta con estos establecimientos turísticos tanto como para los turistas así como también para los pobladores del cantón.

Por esta situación se ve la necesidad de aprovechar los espacios de la zona y obtener un desarrollo sostenible como lo manifiesta Melgar (2004) efectivamente se distinguen nuevos espacios de actuación donde el territorio no sólo es visto como un espacio físico de los objetos (actores, infraestructuras, actividades y procesos económicos) sino como un agente de transformación social con posibilidades de incrementar las oportunidades de empleo y la calidad de vida de los habitantes de ciertas localidades.

## **B. PROBLEMA**

Escasa oferta de proyectos y establecimientos turísticos en relación al aprovechamiento de los anfitriones (habitantes locales) y los turistas.

## **C. JUSTIFICACIÓN**

La iniciativa empresarial o emprendimientos de cualquier naturaleza en este caso turístico, es de vital consideración hoy en día debido a la falta de empleo que ha surgido para los jóvenes profesionales, a la vez de suma importancia por el avance turístico para el desarrollo del país y el total apoyo que se está brindando por parte del estado para los emprendimientos turísticos.

El presente proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en el cantón Mocha” responde a la necesidad de fomentar actividades turísticas con beneficios de lucro y generar fuentes de empleo para los pobladores del cantón, procurando el bienestar del visitante mediante su estancia en el establecimiento turístico y conviviendo en un lugar libre de contaminación que produce los sitios urbanizados.

Este proyecto busca generar mediante el estudio de factibilidad inversiones que apunten al éxito empresarial, a priori nos permita conocer las proyecciones financieras con mayor objetividad, y con el fin de conocer si el proyecto es viable y rentable a partir de los resultados que se logren, para tomar mejores decisiones y evitar que el mismo fracase con el tiempo.

En tal sentido, se pretende lograr un enfoque diferente de atención y servicios de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros, mediante la implementación de nuevas actividades de esparcimiento y distracción, otorgándole un mayor valor agregado a los servicios turísticos tradicionales, procurándose con ello, satisfacer las necesidades cada vez más exigente de los clientes en todos los ámbitos y enriqueciendo el conocimiento del turista sobre la zona visitada.



### **III. OBJETIVOS**

#### **A. GENERAL**

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua.

#### **B. ESPECÍFICOS**

1. Determinar la viabilidad comercial del proyecto.
2. Establecer la viabilidad técnica del proyecto.
3. Establecer la viabilidad administrativa legal
4. Determinar la viabilidad socio ambiental
5. Determinar la rentabilidad económica financiera del proyecto.

#### **IV. HIPÓTESIS**

##### **A. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

Es factible técnica, ambiental y económicamente la implementación de una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua.

## **V. MARCO TEÓRICO**

### **A. GENERALIDADES DEL TURISMO**

#### **1. Turismo**

La actividad turista, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. (Morillo, 2011)

De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países. A nivel internacional, según la Organización Mundial de Turismo. OMT. (2008) el turismo representa el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% en los países menos adelantados.

Para Ramírez (2006) históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso.

#### **a. Turismo sostenible**

Abarca nuevas prácticas para descansar en contacto con la naturaleza intacta y conservada, cuyo principal atractivo es la naturaleza y el precio razonable incluyendo amplias alternativas y combinaciones, contenidas en el turismo vacacional, cultural, ecoturismo, rural y de aventura y realizado en cualquier espacio rural o no urbano (turismo de montaña, de aventura, deportivo, entre otros). Se considera que los tipos de turismo podrían extenderse de acuerdo a los avances tecnológicos que incentivan nuevas formas de recreación, transporte y comunicación. (Moreno & Coromoto 2010, pág. 150)

#### **b. Ecoturismo**

Se considera que el ecoturismo hace referencia a aquel tipo de turismo que se desarrolla en áreas naturales y tiene como objetivo la conservación de las zonas naturales y el desarrollo de las comunidades locales. (Jalani 2012, pág. 8)

Para Camaraco (2014, pág. 14) El Ecoturismo es la modalidad de turismo naturalista más especializado, ya que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales, tales como la flora,





fauna, geología, geomorfología, climatología e hidrografía, con la integración de las comunidades locales a través de empresas ecoturísticas.

Se han desarrollado algunas características generales al respecto de ecoturismo así menciona Puerta (2007, pág. 14):

- Turismo basado en la naturaleza, y cuya motivación principal es la observación de la misma por parte del turista, al igual que el disfrute de la cultura dominante en las áreas naturales.
- Está compuesto por elementos de interpretación y de educación.
- El viaje suele estar organizado por pequeñas empresas especializadas, pequeñas y de propiedad local, dirigida a grupos pequeños.
- No produce impactos negativos en el medio natural ni en la sociedad y cultura dominante en las áreas naturales.
- Mejora la protección de las áreas protegidas.
- Genera recursos económicos para la población local, las empresas locales y la administración.
- Ofrece oportunidades de empleo a la población local.
- Crea concienciación y sensibilización de la población local y los turistas hacia los recursos naturales y culturales.

## **B. HOSTERIA**

Hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, referentemente en las proximidades de las carreteras, que está dotado de jardines, zonas de recreación y deporte, en el que, mediante precio preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (Reglamento de alojamientos turísticos 2015)

## **C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles.

La acertada toma de decisiones de los directivos depende de la calidad de la fuente de información, su organización, tratamiento y proceso de cálculo. (Burneo, Valarezo & Vérez 2016)

## **D. VIABILIDAD COMERCIAL**

### **1. Estudio de mercado**

En un estudio de factibilidad, es el estudio de mercado el encargado de decidir a priori la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos- financieros.

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa. No obstante, éste no garantiza una solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.

#### **a. Objetivo de un estudio de mercado**

El objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.) Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad.

1) Los Objetivos específicos son:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.

- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

#### **b. Etapas del estudio de mercado**

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos, pero en la práctica se aplican en campos bien definidos. Los pasos a seguir para llevar a cabo un análisis comercial, según bibliografía especializada, son los que a continuación se muestran:

- 1) Análisis del producto
  - Producto principal.
  - Subproductos.
  - Productos sustitutivos.
  - Productos complementarios
- 2) Clientes potenciales
- 3) Análisis del mercado
- 4) Proveedores
- 5) Distribuidores

#### **c. Determinación del mercado objetivo**

Determinación del mercado objetivo al que se orientarán los productos y servicios de la entidad en formación, explicando ampliamente las razones que fundamentan la decisión. (Ramírez, Vidal & Domínguez, 2009)

## **2. Demanda**

La demanda en el estricto sentido no es estática, se encuentra marcada por tendencias, sobre todo en relación con los aspectos socioculturales que influyen en el comportamiento del consumidor. (Vignati, 2009)

Para Fernández (2006) Los turistas pagan por los servicios que necesitan para disfrutar su tiempo libre (transporte, actividades, visitas) y para sobrevivir en ambiente diferentes y extraños; pero ante todo, buscan experiencias y utilidades y eso es lo que compran. “en otras

palabras” la demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos deseos y sueños del turista.

#### **a. Demanda potencial**

Se encuentra fuertemente ligada, por un lado, con la propensión que incluye factores psicográficos, demográficos y mercadológicos; y, por otro, con la resistencia: distancia económica, distancia cultural, costo de los servicios turísticos, calidad de los servicios y la temporada.

#### **b. Demanda objetiva**

Las personas que ya vencieron las resistencias y que se encuentran en un destino, ésta nos permite obtener valores relacionados con las llegadas de visitantes, número de días o noche por visitante y cantidades gastadas. (Balderas, 2014)

### **3. Oferta**

#### **a. Análisis actual y futuro de la oferta**

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.

#### **b. Análisis de los precios**

Aquí se analizan los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

- Mecanismo de formación: existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado, se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:
- Fijación del precio: se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto. (Ramírez, Vidal & Domínguez, 2009)

### **E. VIABILIDAD TÉCNICA**

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los

costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización. (Santos, 2008)

Para González & Vidaud (2009, pág. 28) la viabilidad técnica es la condición que permite el funcionamiento del proyecto, se evalúa para determinar si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente y en condiciones de seguridad con la tecnología disponible.

### **1. Tamaño del proyecto**

Mide la capacidad productiva en condiciones normales durante un período. La determinación del tamaño es el resultado de la interrelación de varias variables entre las que podemos citar: demanda, disponibilidad de insumos, localización y tecnología. (Cosio & Joaquín, 2011)

### **2. Localización**

Se analizan varios factores para la macro localización o ubicación y para la micro localización o emplazamiento del proyecto. Entre ellos se considera la cercanía al mercado y la cercanía a la materia prima, con la finalidad de minimizar los costos de transporte y almacenamiento. (Cosio & Joaquín, 2011)

### **3. Ingeniería del proyecto**

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

A partir de ello se podrá establecer una adecuada estrategia de contratación, precisando los posibles suministradores nacionales y extranjeros, así como la entidad constructora.

Con la determinación del alcance del proyecto se requiere exponer las características operacionales y técnicas fundamentales de su base productiva, determinándose los procesos tecnológicos requeridos, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias, así como los tipos de cimentaciones, estructuras y obras de ingeniería civil previstas.

A su vez se determinará el costo de la tecnología y del equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar.

Esta etapa comprende:

**a. Tecnología**

La solución tecnológica de un proyecto influye considerablemente sobre el costo de inversión, y en el empleo racional de las materias primas y materiales, consumos energéticos y la fuerza de trabajo. El estudio de factibilidad debe contar con un estimado del costo de la inversión.

Las necesidades de maquinarias y equipos se deben determinar sobre la base de la capacidad de la planta y la tecnología seleccionada. La propuesta se detallará a partir de: valor del equipamiento principal, fuentes de adquisición, capacidad y vida útil estimada.

**b. Obras de Ingeniería civil**

Los factores que influyen sobre la dimensión y el costo de las obras físicas son el tamaño del proyecto, el proceso productivo y la localización. Se requiere una descripción resumida de las obras manteniendo un orden funcional, especificando las principales características de cada una y el correspondiente análisis de costo, así como el: valor de las obras de Ingeniería civil (complejidad de la ejecución), depreciación y años de vida útil.

**c. Análisis de insumos**

Se deben describir las principales materias primas, materiales y otros insumos nacionales e importados necesarios para la fabricación de los productos, así como el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto, los que constituyen una parte principal de los costos de producción.

Los precios a los que se pueden obtener tales materiales son un factor determinante en los análisis de rentabilidad de los proyectos. También se incluyen aquellos materiales auxiliares (aditivos, envases, pinturas, entre otros) y otros suministros de fábrica (materiales para el mantenimiento y la limpieza).

**d. Servicios públicos**

La evaluación pormenorizada de los servicios necesarios como electricidad, agua, vapor y aire comprimido, constituyen una parte importante en el estudio de los insumos.

Es necesario detallar el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto.

### **e. Mano de obra**

Una vez determinada la capacidad de producción de la planta y los procesos tecnológicos que se emplean, es necesario definir la plantilla de personal requerido para el proyecto y evaluar la oferta y demanda de mano de obra, especialmente de obreros básicos de la región, a partir de la experiencia disponible y atendiendo a las necesidades tecnológicas del proyecto. Mediante estos estudios se podrá determinar las necesidades de capacitación y adiestramiento a los diferentes niveles y etapas.

Al tener definidas las necesidades de mano de obra por funciones y categorías, se determina en cada una de ellas el número total de trabajadores, los turnos y horas de trabajo por día, días de trabajo por año, salarios por hora, salarios por año, etc. (Santos, 2008)

## **F. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL**

### **1. Estudio legal**

Para el desarrollo del plan de negocio, es necesario establecer un marco legal bien estructurado, que incorpore toda la reglamentación requerida para una adecuada implementación del mismo, con el fin de conocer cuáles son las normas que regulan en materia legal la actividad que se pretende desarrollar, desde su constitución y puesta en marcha, hasta la operación del proyecto en el momento en que se convierte en empresa.

Dentro de los aspectos legales que hay que tener en cuenta al momento de definir el plan de negocio se encuentran:

Definición de la forma jurídica de operación.

- Definición de los requisitos legales para la constitución. Se debe consultar el régimen legal para cada Forma jurídica y en particular la elegida.
- Investigación de la existencia de algún tipo de régimen especial para el proyecto empresarial, por ejemplo para negocios ambientales, hoteleros, de salud o tecnológicos, generalmente existen disposiciones particulares que benefician la implementación de proyectos en estos campos.

Una buena definición legal es indispensable porque siempre se debe operar bajo un adecuado marco normativo, correspondiente a derechos y deberes de cada una de las partes involucradas en el proyecto, conforme a lo estipulado en la ley. Además, se tienen que analizar aspectos laborales, tributarios, políticos, sociales, ambientales, legales, administrativos, entre otros, ya

que es importante considerar los distintos efectos que traerían estos al negocio, ya sean positivos o negativos. (Correa, Ramírez & Castaño, 2010)

## **2. Estudio Administrativo**

Se inicia con la elaboración de la carta organizacional donde se establece la estructura de la organización y el perfil de los cargos que tendrá la empresa, determinando el recurso humano de carácter administrativo necesario para la operación del negocio; así como algunos elementos complementarios en su administración y que estimulan el desarrollo de la actividad del negocio tales como: estrategias motivacionales, plan de capacitaciones e inducciones, recompensas e incentivos, entre otros. También se incluyen algunos requerimientos de bienes que serán utilizados por estas personas para su normal desempeño en la organización tales como muebles y equipos de oficina. (Correa, Ramírez & Castaño, 2010)

## **G. VIABILIDAD AMBIENTAL**

Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos.

### **1. Concepto**

Se conoce como Evaluación del Impacto Ambiental (EIA) al proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión legislativa, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo.

La EIA ha tenido su creciente aplicación en proyectos individuales, dando lugar a nuevas técnicas, como los estudios fitosanitarios y los de impacto social.

Una EIA suele comprender una serie de pasos:

- Un examen previo, para decidir si un proyecto requiere un estudio de impacto y hasta qué nivel de detalle.
- Un estudio a priori para identificar los impactos claves y su magnitud, significado e importancia.



- Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones claves y determinar dónde es necesaria una información más detallada.
- Para finalizar, el estudio en sí, el cual consiste en meticulosas investigaciones para predecir y evaluar el impacto.

A este último paso se hace imprescindible agregar uno que es de suma importancia, el cual consiste en la toma de medidas correctivas. Es necesario aclarar que hay impactos que pueden producir determinados proyectos sobre el medio que no es posible su corrección debido a su magnitud, en tal caso el proyecto debe rechazarse para su inversión puesto que no será factible desde el punto de vista ambiental.

Por otra parte podemos enfrentarnos a situaciones en que sí es posible mitigar el impacto de la inversión a realizar. En dicha situación es que se procede a tomar medidas correctivas. Este proceso suele implicar igualmente la preparación de un informe llamado Declaración de Impacto Ambiental y el subsiguiente seguimiento y evaluación.

En caso de llevarse a cabo el proyecto se realiza una Auditoría sobre el terreno, para determinar hasta qué punto las predicciones de la EIA se ajustan a la realidad. (Ramírez, Vidal y & Domínguez, 2009)

## **2. Consideraciones sobre la factibilidad medioambiental**

Los impactos ambientales provocados por el desarrollo de proyectos, por lo general, pueden ser positivos y negativos. La magnitud de estos impactos depende de su participación en el Valor Presente Neto y el efecto de este sobre la tasa interna de retorno del proyecto básico. Toda esta problemática, ha llevado a gobiernos y agencias internacionales a disponer en los estudios de viabilidad de los nuevos proyectos de inversión de estudios de valoración económica ambiental para analizar los impactos que las actividades económicas generan sobre la base de recursos naturales y ambientales de los países.

## **3. Los costos ambientales y el análisis costo – beneficio (ACB)**

Para cualquier procedimiento convencional de Análisis Costo - Beneficio, el objetivo es llevar a cabo un registro y estimación de todos los efectos que en términos de costos y beneficios puede generar un proyecto o política.

#### **4. Valoración de los efectos sobre el medio ambiente**

La valoración de los efectos ambientales depende en parte, del tipo de valor que asignemos con anterioridad al bien y/o recurso ambiental. Por lo general, la literatura sobre economía ambiental ha propuesto tres conceptos básicos sobre valor:

- Valor de Uso
- Valor de Opción
- Valor de Existencia (Tipo de Valor de No Uso)

La aplicación de estos conceptos debe tratarse con mucho cuidado, ya que para el caso en que el medio ambiente cumple directamente múltiples funciones, se pueden cometer errores al sumar estos tres valores. Los economistas concluyen su trabajo al dar una conclusión a los tomadores de decisión acerca de que sí el proyecto y/o política resulta viable en términos de la generación de beneficios para la sociedad. (Ramírez, Vidal y & Domínguez, 2009)

#### **5. Requerimientos adicionales en la evaluación económica de impactos ambientales**

La información necesaria para este tipo de evaluaciones debe ser diversa y representativa de las múltiples funciones del medio ambiente afectado por el proyecto. El daño o impacto negativo provocado sobre el medio ambiente puede evaluarse en términos de las pérdidas en el valor total del bien y/o recurso ambiental. O por el contrario, si lo que el proyecto genera es un impacto ambiental positivo, éste debe evaluarse a partir de las manifestaciones explícitas de mejora en el bien y/o recurso ambiental. Los daños y las mejoras en el ambiente se manifestarán de diferentes maneras dependiendo del tipo de recurso y de la manera en que los individuos lo utilicen. Por consiguiente, es necesario clasificar las diversas funciones del medio ambiente para luego hacer un buen levantamiento de datos y posteriormente asignar el método de valoración económica de impactos más adecuado. Los tipos de funciones que puede cumplir el medio ambiente se pueden clasificar en:

- Funciones Mercadeables.
- Funciones Comerciables.
- Funciones No Mercadeables.

(Ramírez, Vidal y & Domínguez, 2009)

#### **6. Valoración económica de daños ambientales**

A la hora de realizar la valoración económica de daños ambientales, es importante tomar en cuenta las múltiples funciones del medio ambiente como proveedor de bienes y servicios a los

individuos. También se debe definir el valor del recurso ambiental ya sea como un bien intermedio o como un bien final.

Cada una de las funciones del medio ambiente necesita su propia demanda de datos. Por esta razón es de suma importancia que los datos recolectados representen la gran variedad de funciones que puede cumplir el medio ambiente.

## **H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

### **1. Concepto**

El análisis de los estados financieros permite evaluar la posición económica y la posición financiera de una empresa comprendiendo por:

#### **a. Posición económica**

Capacidad de la empresa para generar beneficios, ser redituable y, en un sentido amplio, generar excedente durante un periodo determinado. Se considera el motor de la empresa y se mide por el rendimiento de sus activos (rentabilidad económica).

#### **b. Posición financiera**

Capacidad de afrontar y atender al conjunto de pasivos y obligaciones financieras de la empresa a cualquier plazo. Integra tres dimensiones: liquidez, solvencia y endeudamiento. (Noriega, Medina, Hernández, Comas & Medina Noriega, 2017)

El estudio financiero nos permitirá determinar la inversión y rentabilidad del proyecto y si es conveniente ejecutarlo en ese momento o postergar su inicio.

Este estudio comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerida en su periodo de operación.

Los objetivos propuestos son:

- Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo en que será realizada
- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos en que incurrirá el proyecto
- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos intangibles y tangibles
- Analizar costos y gastos incurridos
- Sintetizar la información económico-financiera a través de estados financieros pro forma

- Determinar el punto de equilibrio del proyecto. (Gómez, 2008)

## **2. Tasa interna de retorno (TIR)**

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión.

Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

Cuando la TIR es igual a la tasa de interés, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no. (ANZIL, 2004)

## **Valor actual neto**

El VAN es un indicador que forma parte del análisis beneficio costo, es decir, cuando se aplica en aquellos casos en que los beneficios de una inversión compense a los costos también muestra la riqueza adicional que genera un proyecto luego de cubrir todos sus costos en un horizonte determinado de tiempo, es decir, cuando se analiza una inversión, lo mínimo que se debe obtener es: cubrir sus costos. (Valencia, 2011, pág. 15-18)

Para Altuve (2004) el valor actual neto es el modelo o método de mayor aceptación, y consiste en la actualización de los flujos netos de fondos a una tasa conocida y que no es más que el costo medio ponderado de capital, determinado sobre la base de los recursos financieros programados con antelación.

## **3. Razón beneficio costo**

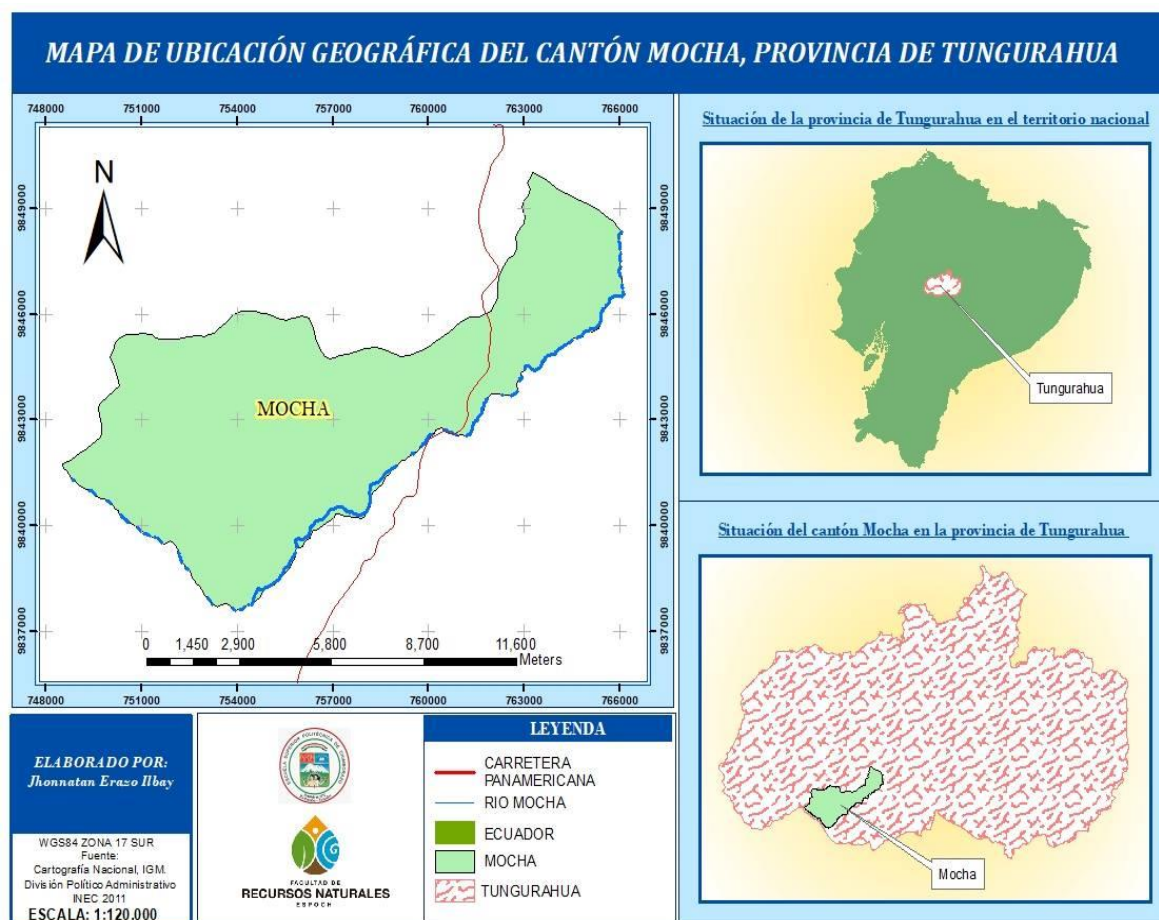
Márquez & Castro (2015) señala que la razón beneficio costo “RBC” es aquella relación en la cual tanto el flujo de beneficios como el de los costos se actualizan a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital, esta relación se emplea normalmente como instrumento de evaluación de los proyectos del sector público o de interés social.

## VI. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 1. Localización

El presente proyecto se realizará en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua.



**Gráfico 1.** Ubicación geográfica del cantón Mocha.

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### 2. Ubicación geográfica

El cantón Mocha perteneciente a la provincia de Tungurahua se encuentra ubicada en las siguientes coordenadas proyectadas UTM Zona 17 S, Datum **WGS84**:

**X:** 759635

**Y:** 9843285

**Altitud:** 3.272 m.s.n.m.

### **3. Delimitación del área**

Sus límites son los siguientes:

**Norte:** la parroquia de Quinchicoto del cantón Tisaleo y el cantón Cevallos.

**Sur:** la parroquia de Yanayacu perteneciente al cantón Quero.

**Este:** el cantón Quero.

**Oeste:** parroquia de Pilahuín del cantón Ambato.

### **4. Características climáticas**

**Temperatura:** 12° C – 18° C

**Precipitación:** 600 - 800 mm/año

**Humedad relativa:** 65% - 85%

### **5. Características del suelo**

En el cantón Mocha se identifica las siguientes órdenes de suelos, histosol, inceptisol presente en la zona del Carihuayrazo y páramos, y molisol presente en la zona central hacia noreste del cantón.

Los suelos Inceptisoles, tienen como característica principal el incipiente desarrollo del suelo, ya que son considerados suelos inmaduros en su evolución, se han originado a partir de materiales resistentes o ceniza volcánica. Son suelos de textura limosa, franco limoso, franco arcilloso limoso de poca profundidad, con un pH ligeramente ácido.

Los suelos Molisoles, son básicamente suelos negros o pardos que se han desarrollado a partir de sedimentos minerales en climas templados húmedos a semiárido, aunque también se presentan en regímenes fríos y cálidos con una cobertura vegetal integrada fundamentalmente por gramínea

En cuanto al pH del suelo, en el cantón Mocha se identifica pH ácidos con 4,5 a 5,5 de acidez, correspondiendo al 52,10 % del territorio con aproximadamente 4.494,92 has, localizado esta acidez principalmente en los páramos. El pH neutros 6,6 – 7,7 se localiza al este del cantón en la parroquia Pinguli, Yanayacu, corresponde al 25,74%, con aproximadamente 2.220,16 has, el suelo con pH

ligeramente ácido con 5,6 a 7,5 corresponde al 13,41% del territorio con aproximadamente 1.157,20 has.

En el cantón Mocha, se tiene que la mayoría de los suelos son de fertilidad alta, que corresponde al 33,61 % del territorio cantonal principalmente en la zona central del cantón, sus alrededores y hacia la comunidad Yanayacu, con aproximadamente 2899,88 has. El suelo con fertilidad baja, cubren el 33,126% del territorio con aproximadamente 2857,48 has, localizado principalmente hacia los páramos Las Abras y la parroquia Pinguili.

## **6. Clasificación ecológica**

Según el Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental propuesto por el Ministerio del Ambiente, 2013. El cantón Mocha pertenece al Herbazal del Páramo.

### **a. Herbazal del páramo:**

**Cobertura:** herbácea

**Bioclima:** pluvial, Ombrotipo: hiperhúmedo

**Variación altitudinal:** 2.900 – 3.900 msnm.

**Relieve general:** de montaña, Macrorelieve: cordillera, valle glaciar, Mesorelieve: vertientes disectadas, llanura subglaciar.

**Biogeografía:** Región Andes

## **B. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **1. Materiales**

- Borrador
- Carpetas
- CD's
- Esferos
- Hojas papel bond
- Libreta de campo
- Minas

- Pilas
- Portaminas
- Tinta de impresora

## 2. Equipos

- Computadora
- Impresora
- Memoria USB
- GPS
- Cámara fotográfica

## C. METODOLOGÍA

El presente estudio será una investigación fundamental aplicada, de tipo no experimental, se usará técnicas de revisión bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, analítico, descriptivo y prospectivo cuyos objetivos se cumplirán de la siguiente manera.

### 1. Determinar la viabilidad comercial

Para determinar la viabilidad comercial se realizará:

#### a. Estudio de la demanda

Para realizar el estudio de la demanda se utilizó la matriz para la investigación de mercados la cual brinda pautas para el procedimiento propuesta por Ricaurte, (2012) misma que se describe a continuación:

**Tabla 1.** Matriz para la investigación de mercados.

Objetivos Específicos	Variable de estudio	Fuentes de recopilación de información	Técnicas para recopilación de información
Definir y cuantificar el universo de estudio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quienes</li> <li>• Cuantos</li> <li>• Procedencia</li> </ul>	Secundarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fichas</li> <li>• Cuadros</li> </ul>
Definir las características sociodemográficas del turista potencial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Genero</li> <li>• Ingresos</li> <li>• Grupo familia</li> </ul>	Primarias Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Tabulación</li> <li>• Procesamiento</li> </ul>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis</li> </ul>
<b>Identificar las características psicográficas del turista potencial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación de viaje</li> <li>• Información</li> <li>• Interés de viaje</li> <li>• Con quien viaja</li> <li>• Permanencia</li> <li>• Cuánto gasta</li> <li>• Servicios turísticos</li> <li>• Actividades</li> <li>• Cuando viaja</li> <li>• Frecuencia de viaje</li> </ul>	Primarias Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Tabulación</li> <li>• Procesamiento</li> <li>• Análisis</li> </ul>
<b>Identificar las características del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitios preferidos</li> <li>• Como se informa</li> <li>• Épocas de viaje</li> </ul>	Primarias Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Tabulación</li> <li>• Procesamiento</li> <li>• Análisis</li> </ul>

**Fuente:** Ricaurte, 2012. Texto básico de Marketing Turístico

**Realizado por:** Jhonatan Erazo

### **b. Segmento, universo, muestra de estudio**

En el estudio de la demanda se segmentará el universo de estudio, identificando los dos segmentos prioritarios de turistas, tanto locales como nacionales y se obtendrá una muestra aplicando la fórmula del tamaño de la muestra para poblaciones finitas para saber el número de encuestados.

$$n = \frac{(P * Q)(N)}{(N - 1) \frac{e^2}{Z} + P * Q}$$

En dónde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 0.05 margen de error del 5%

Z= 1.96% Margen de confiabilidad

n= Tamaño de la muestra

### c. Estudio de la competencia

El estudio de la competencia se procederá por medio de la investigación directa la cual analizará los siguientes elementos: nombre, tipo, categoría, instalaciones, clientes anuales, servicios, capacidad, precio, ubicación, demanda, formas de comercialización observación de los establecimientos turísticos aledaños al sector.

### d. Confrontación demanda vs competencia

La confrontación demanda vs competencia se proyectará mediante el método del incremento compuesto, considerando la siguiente formula  $C_n = C_o (1+i)^n$  donde:

$C_n$  = Población futura, resultado de la proyección.

$C_o$  = Población al inicio del período.

$i$  = Tasa media anual de crecimiento

$n$  = Número de años que se va proyectar la población.

#### 1) Demanda insatisfecha.

Se confrontará la proyección de la demanda con la de la oferta para obtener el mercado que abarcará los 5 años posteriores, para determinar la cuota de la demanda objetiva.

#### 2) Demanda objetiva.

Se obtendrá el 30% de la demanda insatisfecha que es la expectativa generada del proyecto.

## 2. Elaborar la viabilidad técnica del proyecto

Para el cumplimiento de este objetivo se cumplirá con los siguientes aspectos:

#### a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura.

- Localización del proyecto: se considerara dos parámetros como son la macro y micro localización.
- Tamaño del proyecto: se obtendrá el número de clientes proyectados para los años de duración de la estructura del proyecto y las características del terreno.
- Tipología de la construcción: se hará mención a las condiciones y el tipo de materiales que serán utilizados para el montaje de la obra civil.
- Diseño técnico arquitectónico: se considerará los aspectos necesarios como diseño arquitectónico, decoración de interiores, análisis de precios unitarios (APU), programación.

- Rubro de infraestructura turística: se determinara el rubro total de construcción.
- Definición del proceso productivo: estudio de mercadotecnia.

Se considerará las estrategias del mix de marketing

- Consumidor o cliente: el objetivo de cualquier producto o servicio es satisfacer al cliente y generar un producto que este a la medida de sus requerimientos, es por esto que siempre se debe mantener contacto con el público objetivo para conocer cuáles son las necesidades que se debe satisfacer.
- Costo: el cliente no solo busca un buen precio, sino que también evalúa el tiempo y el desgaste que le tomara adquirir un producto o servicio. El precio puede ser importante, pero la satisfacción al adquirir un producto es a veces decisivo.
- Convivencia: se debe tomar en consideración como llegara mejor el producto o servicio al cliente. Es mucho más estimulante para la venta de un producto o servicio, conocer donde le gustaría al cliente adquirirlo, que venderlo en cualquier lugar donde se encuentre.
- Comunicación: mediante la comunicación se promueve y se divulga las ventajas y beneficios de un producto o servicio que se quiere vender. La comunicación informa y persuade.

### **3. Establecer la viabilidad administrativa legal**

Para el cumplimiento de este objetivo se determinará los siguientes parámetros:

#### **a. Análisis legal.**

LEY	VENTAJA	MANDATO
Reglamento general de Actividades Turísticas		
Reglamento general de la ley de Turismo		
Ley de Compañía		

- b. Estructura de la empresa siendo estas; organizativa y funcional.
- c. Manual de cargos y funciones
- d. Requerimientos del área administrativa.

### **4. Determinar la viabilidad del estudio ambiental.**

Para elaborar el estudio ambiental se utilizará la matriz de Lázaro Lagos en la cual se determinará los componentes socio-ambientales que se verán afectados tales como: aire, suelo, agua, flora y fauna, socio economía y el paisaje. De igual forma se identificará las actividades o acciones positivas o negativas que ocurrirán antes, durante y después de la puesta en marcha del proyecto,

siendo las siguientes: movimiento de tierra, montaje de obra, operación turística, servicios turísticos (hospedaje y alimentación), actividades recreacionales (recreación, piscina-spa), educación ambiental, eliminación de desechos y fuentes de trabajo, posteriormente se evaluará la matriz y se determinará un plan de mitigación para controlar en lo posible acciones que afecten al ambiente y la sociedad.

## **5. Realizar la viabilidad económica y financiera del proyecto.**

Para el desarrollo de este objetivo se tomará en cuenta todos los gastos, costos e ingresos que generará la implementación del proyecto evaluando los siguientes puntos:

### **a. Estudio económico**

Se elaborará el estudio económico con los siguientes parámetros:

- Activos fijos diferidos y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Cálculo de depreciaciones
- Cálculo de amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Costos
- Ingresos
- Estados de resultados
- Flujo de caja del proyecto

### **B. Estudio financiero**

Se definirá la rentabilidad económica del proyecto de la siguiente manera:

- El Valor Actual Neto (VAN): esto permitirá conocer si el proyecto a establecer generará un flujo de caja positivo el cual permitirá cubrir la inversión inicial.
- Relación beneficio – costo: permitirá conocer si el proyecto generará una relación ganancia – pérdida entre estos dos factores.
- La tasa interna de retorno (TIR): Esto permitirá identificar la rentabilidad del capital invertido.

Con la evaluación financiera del proyecto se determinará la rentabilidad de la inversión, resultado del análisis de las variables VAN, Relación Beneficio – Costo y el TIR.

## **VII. RESULTADOS**

### **A. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO**

#### **1. Análisis de la demanda**

##### **a. Segmentación de mercado**

Para el análisis de la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas, tanto locales como nacionales, quienes habitan y han visitado la provincia de Tungurahua.

##### **1) Mercado local**

El segmento de mercado local está constituido por las personas, sean hombres y mujeres que se encuentran dentro del PEA (Población Económicamente Activa) del cantón Mocha, cuyas ocupaciones trascienden en los profesionales técnicos y trabajadores asimilados; directores y funcionarios públicos superiores; el personal administrativo y trabajadores asimilados; estos datos históricos han sido obtenidos estadísticamente por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

##### **2) Mercado nacional**

El segmento de mercado nacional está constituido por los turistas regionales, sean hombres y mujeres de toda edad, que viajen solos, en grupos organizados y/o familiares, que han visitado la provincia de Tungurahua, específicamente el cantón Mocha; con la posibilidad de que puedan elegir un producto nuevo y diferente dentro del mercado turístico.

##### **b. Universo de estudio**

El universo de estudio para el análisis de la demanda local se estableció tomando datos históricos de los censos del PEA (Población económicamente activa) del cantón Mocha, cuyo universo de estudio es de 3788 habitantes

El universo de estudio para el análisis de la demanda nacional se estableció tomando como referencia el número de turistas que visitaron la provincia de Tungurahua en el año 2017, siendo el 11.2% quienes se dirigieron al cantón Mocha, dando como resultado 14000 turistas nacionales.

Se determinó un tamaño de muestra representativo para conocer con mayor certeza la aceptación, necesidades y expectativas de los clientes potenciales para el servicio de la hostería turística. La fórmula utilizada responde a los siguientes parámetros:

**c. Muestra de estudio**

1) Para la demanda local

$$n = \frac{N(P * Q)}{\left[ (N - 1) \left( \frac{E}{z} \right)^2 \right] + (P * Q)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= Población a investigar (3788hab.)

e= Índice de error de muestreo (0.09)

z= margen de confiabilidad: (1.96)

p= probabilidad de ocurrencia: (0.5)

q= probabilidad de no ocurrencia: (0.5)

La fórmula utilizada para la investigación es del tamaño de la muestra para poblaciones finitas

$$n = \frac{3788 (0.5 * 0.5)}{\left[ (3788 - 1) \left( \frac{0.09}{1.96} \right)^2 \right] + (0.5 * 0.5)} = \mathbf{115 \text{ encuestas}}$$

2) Para la demanda nacional

$$n = \frac{N(P * Q)}{\left[ (N - 1) \left( \frac{E}{z} \right)^2 \right] + (P * Q)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= Población a investigar (14000hab.)

e= Índice de error de muestreo (0.09)

$z$ = margen de confiabilidad: (1.96)

$p$ = probabilidad de ocurrencia: (0.5)

$q$ = probabilidad de no ocurrencia: (0.5)

La fórmula utilizada para la investigación es del tamaño de la muestra para poblaciones finitas

$$n = \frac{14000(0.5 * 0.5)}{\left[ (14000 - 1) \left( \frac{0.09}{1.96} \right)^2 \right] + (0.5 * 0.5)} = \mathbf{118 \text{ encuestas}}$$

## **2. Recopilación, análisis y sistematización de la información.**

Método de observación, es el registro visual de lo que ocurre, es una situacional real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo a los aspectos a evaluar. Al igual que otros métodos, previamente a la ejecución de la observación se debe definir los objetivos que persigue, determinar su unidad de observación, las condiciones en que asumirá la observación y las conductas que deberán registrarse.

La Técnica de la encuesta es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida que permanece inalterable a lo largo de todo el proceso investigativo. Las repuestas se recogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

La información fue recolectada en el cantón Mocha. La relación con los encuestados fue directa, lo que facilitó el proceso y recolección de información para el estudio de mercado.

### **a. Caracterización de la demanda**

#### **1) Demanda local**

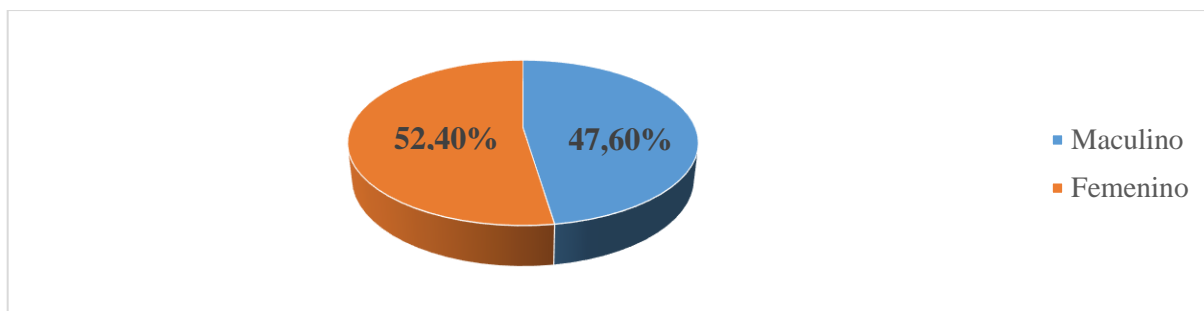
##### **a) Genero**

**Tabla 2.** Género de los turistas locales.

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Válido</b>	<b>Masculino</b>	55	47.60
	<b>Femenino</b>	60	52.40
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas, 2018

**Realizado por:** Jhonatan Erazo



**Gráfico 2.** Género de las personas encuestadas.

Realizado por: Jhonnatan Erazo

En el cantón Mocha se presenta un ligero equilibrio de género, el género masculino correspondiente al 47.6% y el femenino el 52.4% de los visitante locales encuestados.

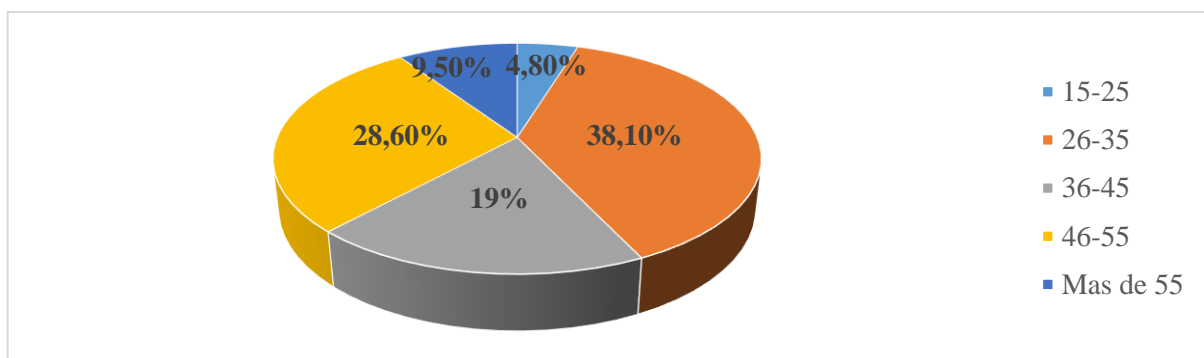
### b) Edad

**Tabla 3.** Rango de edad de los turistas locales.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	15 – 25	5	4.80
	26 – 35	44	38.10
	36 – 45	22	19
	46 – 55	33	28.60
	Mas de 55	11	9.50
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 3.** Rango de edad de las personas encuestadas.

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Mediante la encuesta se obtuvo como resultado, que los turistas locales potenciales se encuentran en el rango de edad de 26 a 35 años con un 38.1%, seguido de turistas de edades comprendidas entre los 46 y 55 años de edad con un porcentaje del 28.6%.

c) ¿Le gustaría pasar en un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza?

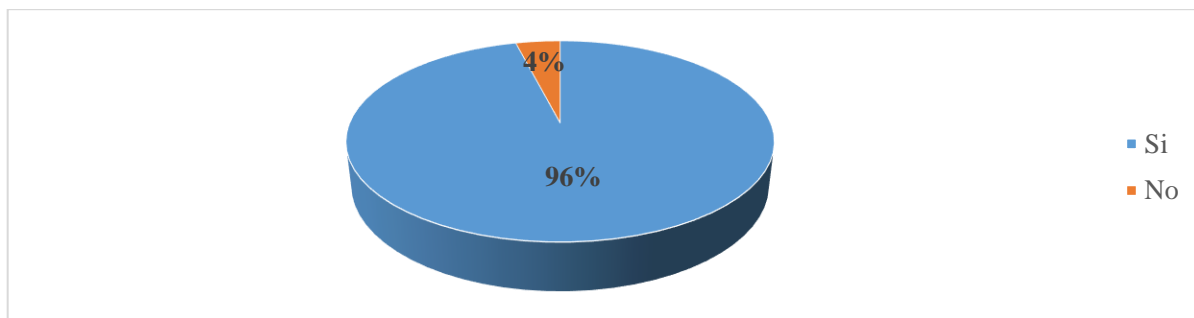


**Tabla 4.** Turistas locales que les gustaría pasar en un lugar de relajación.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	110	96
	No	5	4
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo

**Gráfico 4.** Turistas locales que les gustaría pasar en un lugar de relajación.

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Se obtuvo una aceptación de los turistas locales del 96% a los cuales les gustaría pasar en un establecimiento que le ofrezca actividades de recreación.

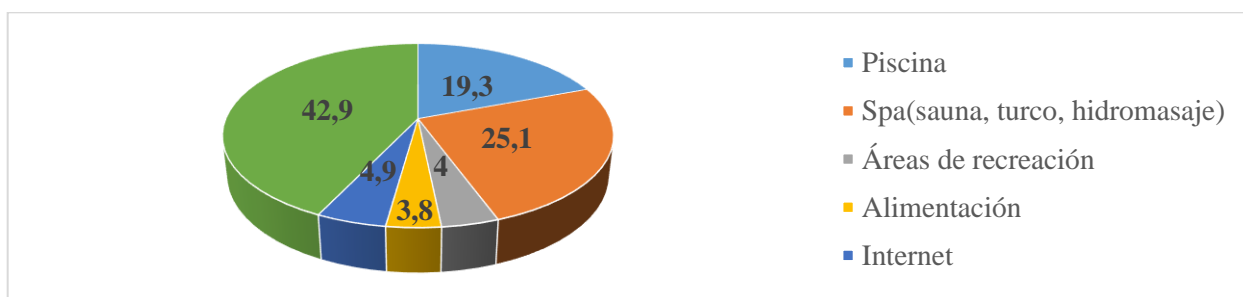
#### d) ¿Qué servicios le gustaría utilizar en la hostería?

**Tabla 5.** Servicios a utilizar en la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Piscina	22	19.30
	Spa (sauna, turco, hidromasaje)	29	25.10
	Áreas de recreación	5	4.0
	Alimentación	4	3.80
	Internet	6	4.90
	Todas las anteriores	49	42.90
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo

**Gráfico 5.** Servicios a utilizar en la hostería

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Los servicios preferidos por los turistas locales mediante la encuesta refleja que, la mayor parte prefiere el Spa (sauna, turco, hidromasaje) con un 25.1%, piscina con un 19.3%, el 4% áreas de recreación, a la vez es de importancia los servicios de internet y alimentación con el 4.9% y 3.8%

respectivamente. Como dato adicional tenemos que los turistas locales desean y a la vez es de importancia todos los servicios en la hostería con un 42.9%.

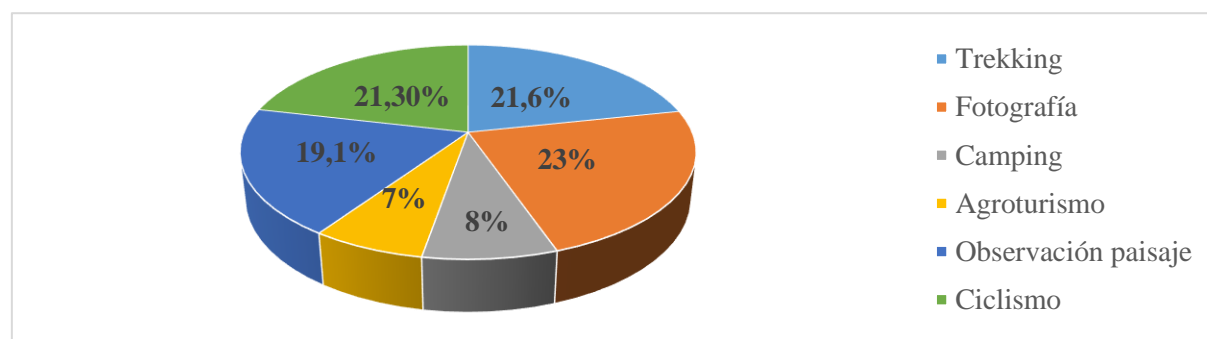
**e) ¿Qué actividad le gustaría realizar en la hostería?**

**Tabla 6.** Actividades que le gustaría realizar en la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Trekking	25	21.6
	Fotografía	26	23.0
	Camping	9	8.0
	Agroturismo	8	7.0
	Observación del paisaje	22	19.1
	Ciclismo	24	21.3
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas, 2018

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo



**Gráfico 6.** Actividades que realizaría en la hostería

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo

La mayoría de turistas locales encuestados les gustaría realizar las siguientes actividades: fotografía turística con 23%, el 21.6% desean realizar trekking, y el 21.3% ciclismo.

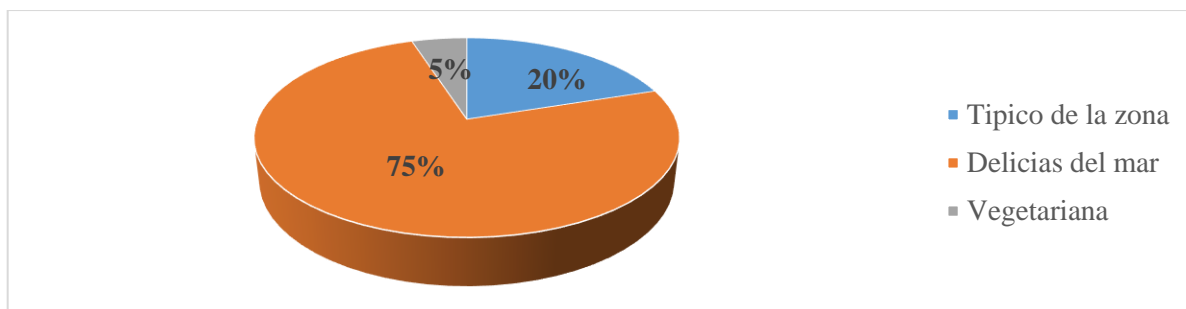
**f) ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la hostería?**

**Tabla 7.** Tipo de alimentación para degustar en la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Típico de la zona	23	20.0
	Delicias del mar	86	75.0
	Vegetariana	6	5.0
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas, 2018

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo



**Gráfico 7.** Tipo de alimentación para degustar en la hostería

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Los turistas locales encuestados se inclinan más por una gastronomía de la costa ecuatoriana con un 75% seguida a la par con platos típicos de la zona 20% y comida vegetariana con un 5%.

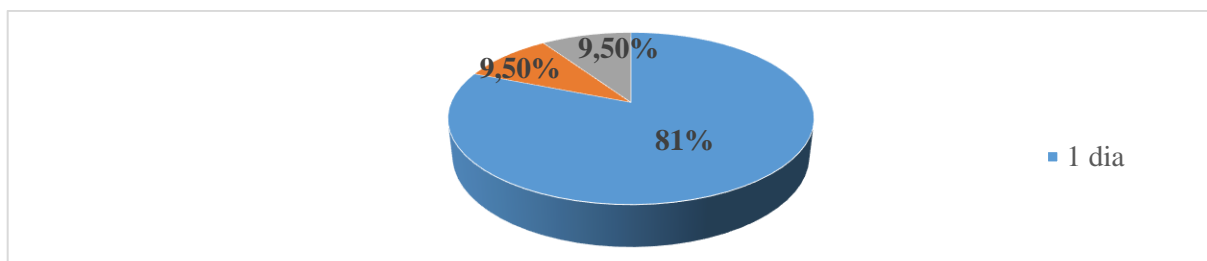
**g) ¿Cuándo usted viaja, cuál es su promedio de estadía?**

**Tabla 8.** Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas locales.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1 día	94	81.0
	2 – 3 días	11	9.50
	Mas de 3 dias	11	9.50
	Total	115	100.00

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 8.** Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas locales

Realizado por: Jhonnatan Erazo

La estadía de los turistas locales mediante la encuesta, nos dio como resultado que permanecen un día con un 81%, de 2, 3 y más de tres días con un 9.5%.

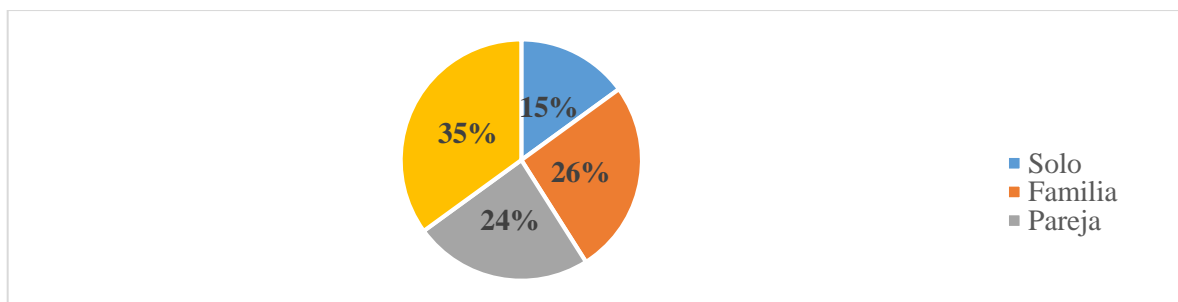
**h) ¿Normalmente usted viaja con?**

**Tabla 9.** Tipo de personas con quien realiza su viaje.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Solo	17	15.0
	Familia	30	26.0
	Pareja	28	24.0
	Amigos	40	35.0
	Total	115	100.00

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 9.** Tipo de personas con quien realiza su viaje

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Los turistas locales en un 35% viajan entre amigos, el 26% en familia, un 24% lo hacen con su pareja y solos en un 15%.

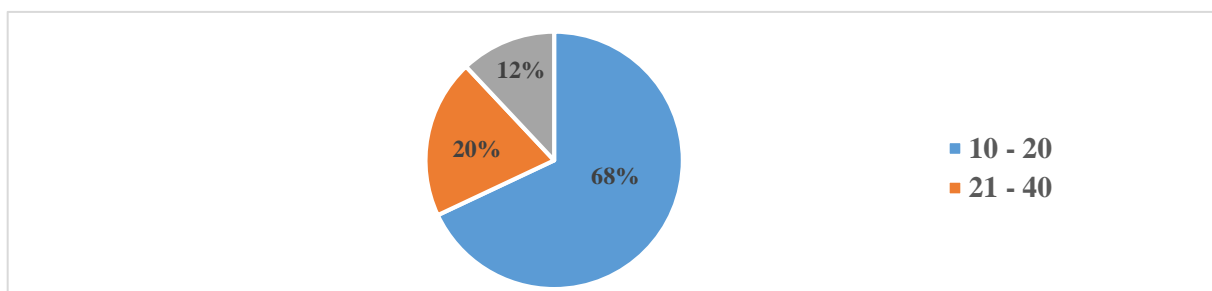
**i) ¿Cuándo usted viaja, cuánto gasta por día?**

**Tabla 10.** Cantidad de gasto por día.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	10 – 20	78	68.0
	21 – 40	23	20.0
	Mas de 40	14	12.0
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 10.** Cantidad de gasto por día

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Se conoce que las personas o turistas, tienen un gasto no mayor de entre 10 y 20 dólares americanos en un 68%, el 20% tiene un gasto de 21 a 40 dólares y un gasto más de 40 dólares el 12%.

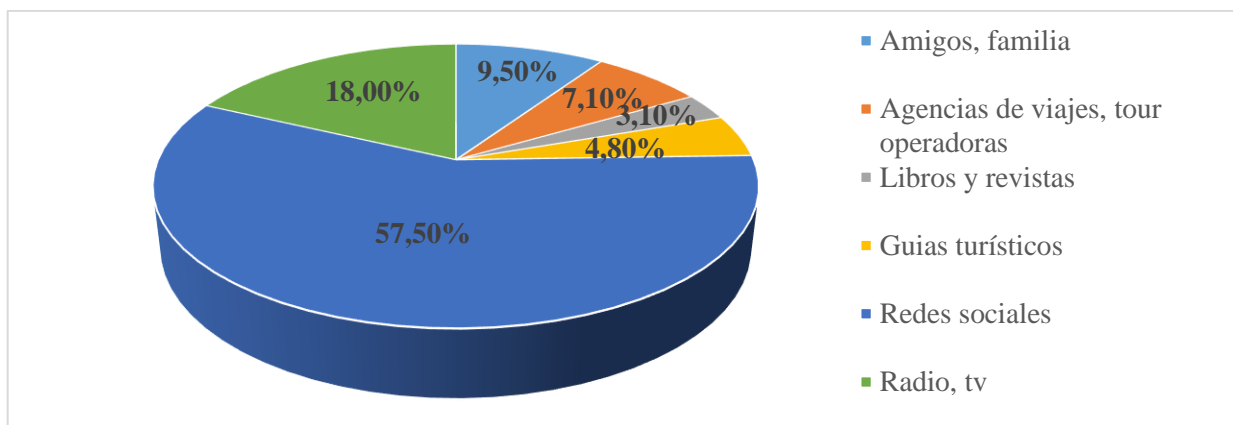
**j) ¿Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística?**

**Tabla 11.** Tipo de publicidad para información turística.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Amigos, familia	11	9.5
	Agencias de viaje, tour operadoras	8	7.1
	Libros, revistas	4	3.1
	Guías turísticos	5	4.8
	Redes sociales	66	57.5
	Radio, tv	21	18.0
	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 11.** Tipo de publicidad para información turística

Realizado por: Jhonnatan Erazo

La obtención de información turística predomina en un 57.5% por las redes sociales, el siguiente vocero de información turista son las cuñas radiales y televisión con el 18%, amigos y familia obtiene un 9.5% y un 7.1% lo que refiere agencias de viajes.

## 2) Demanda nacional

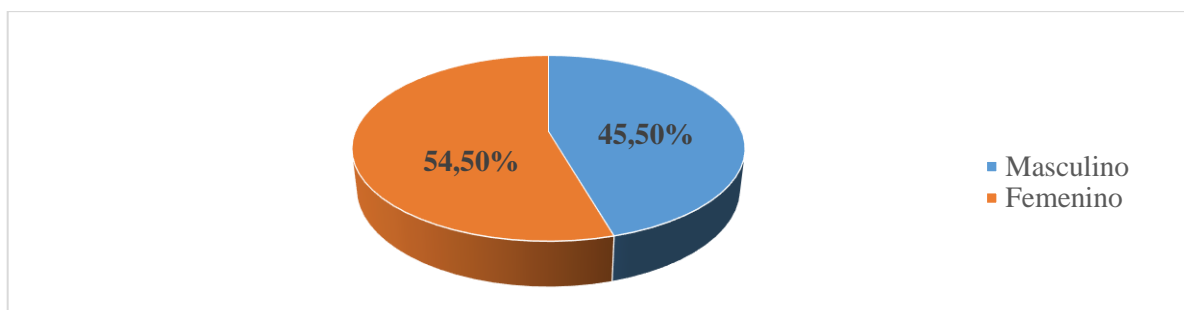
### a) Género

**Tabla 12.** Género de los turistas nacionales.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	54	45.50
	Femenino	64	54.50
	Total	118	100.00

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 12.** Género de turistas nacionales

Realizado por: Jhonnatan Erazo

La mayoría de turistas nacionales son de género femenino con un 54.5%, y el género masculino con 45.5%.

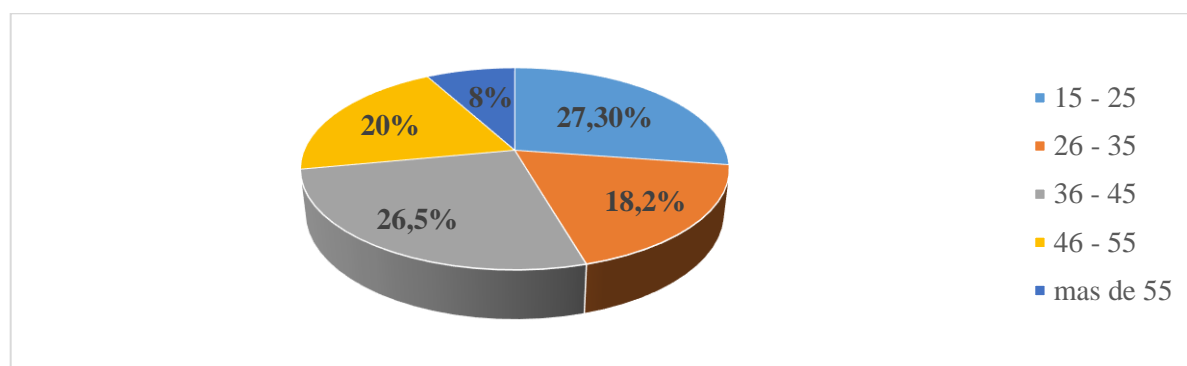
**b) ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?**

**Tabla 13.** Rangos de edad de los turistas nacionales.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	15 – 25	32	27.30
	26 – 35	22	18.20
	36 – 45	31	26.50
	46 – 55	24	20.0
	Mas de 55	9	8.0
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 13.** Rangos de edad de los turistas nacionales

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El mayor porcentaje de los encuestados se encuentra en un rango de edad entre los 15 a 25 años (27.3%), con un 26.5% turistas nacionales comprendidos entre los 36 a 45 años, el 20% en el rango de edad de 46 a 55 años, seguido del 18.2% las edades de 26 a 35 años y el 8 % más de 55 años de edad.

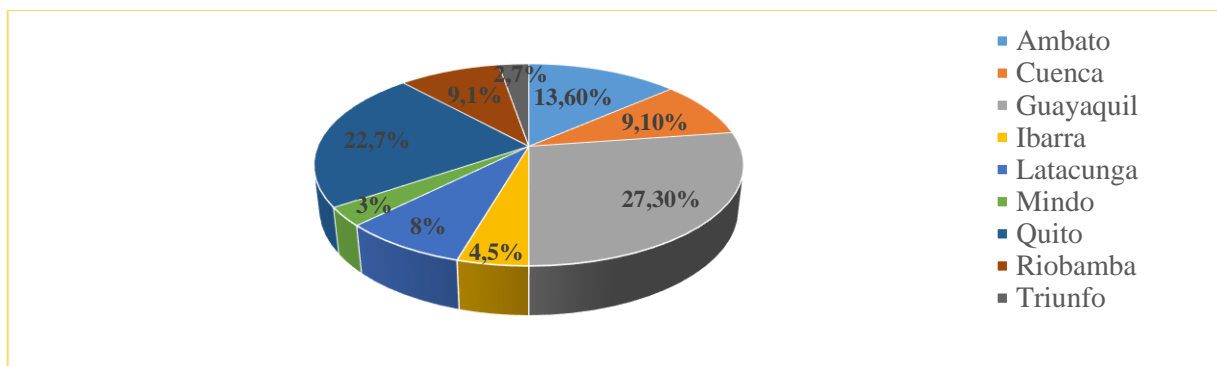
**c) ¿Lugar de procedencia?**

**Tabla 14.** Lugar de procedencia de los turistas nacionales.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ambato	16	13.60
	Cuenca	10	9.10
	Guayaquil	32	27.30
	Ibarra	5	4.50
	Latacunga	10	8.0
	Mindo	4	3.0
	Quito	27	22.7
	Riobamba	11	9.10
	Triunfo	3	2.70
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 14.** Lugar de procedencia de los turistas nacionales

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Se obtiene como resultado que el lugar de procedencia de los turistas nacionales abarca en mayor cantidad a la ciudad de Guayaquil con un 27.3%, seguida de la capital del Ecuador, Quito con un 22.7%, y el 13.6% de la ciudad de Ambato.

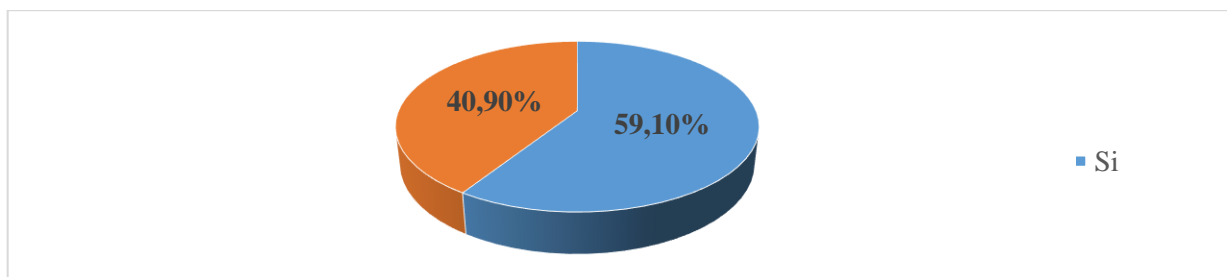
**d) ¿Conoce usted o ha escuchado acerca del cantón Mocha?**

**Tabla 15.** Personas que han escuchado acerca del cantón Mocha.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	70	59.10
	No	48	40.90
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 15.** Personas que han escuchado acerca del cantón Mocha

Realizado por: Jhonnatan Erazo

En un porcentaje similar, el 59.1% de los turistas nacionales conocen el cantón Mocha, mientras que el 40.9% no conocen el cantón Mocha.

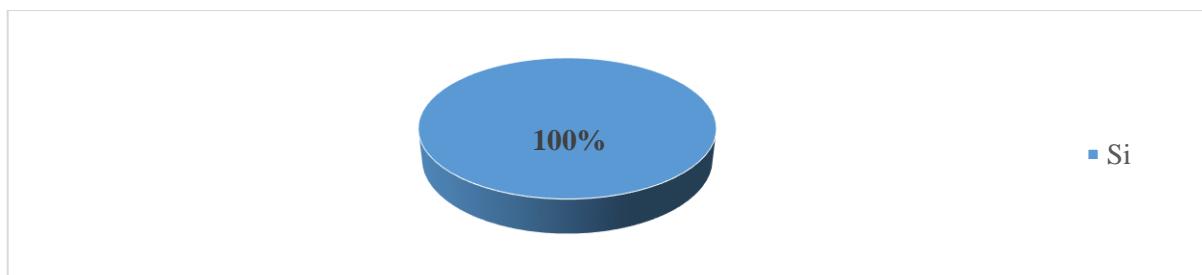
**e) ¿Le gustaría visitar el cantón Mocha?**

**Tabla 16.** Personas interesadas por conocer el cantón Mocha.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	118	100.00
	No	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 16.** Personas interesadas por conocer el cantón Mocha

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Existe en su totalidad una aceptación del 100% por visitar el cantón Mocha.

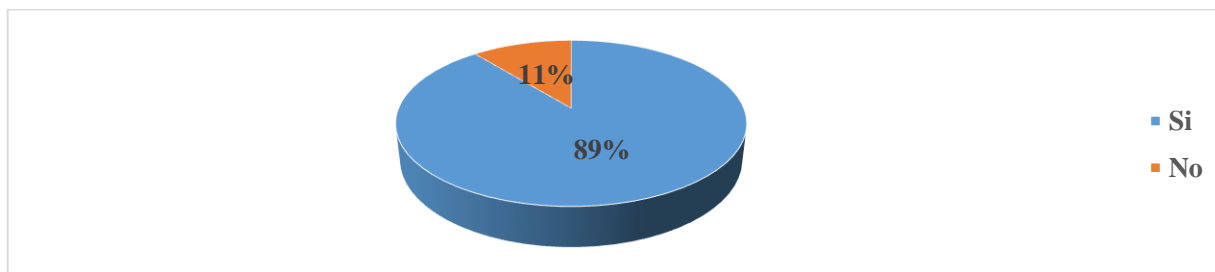
**f) ¿Le gustaría pasar en un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza?**

**Tabla 17.** Interés por visitar un establecimiento que ofrezca actividades de recreación, alimentación, hospedaje en contacto con la naturaleza.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	105	89
	No	13	11
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 17.** Interés por visitar un establecimiento que ofrezca actividades de recreación, alimentación, hospedaje en contacto con la naturaleza.

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El 89% de los turistas nacionales encuestados desean pasar en un lugar de recreación fuera de la ciudad donde existan zonas de recreación.

**g) ¿Realizaría usted la compra de algún paquete para visitar el cantón Mocha, específicamente la hostería?**

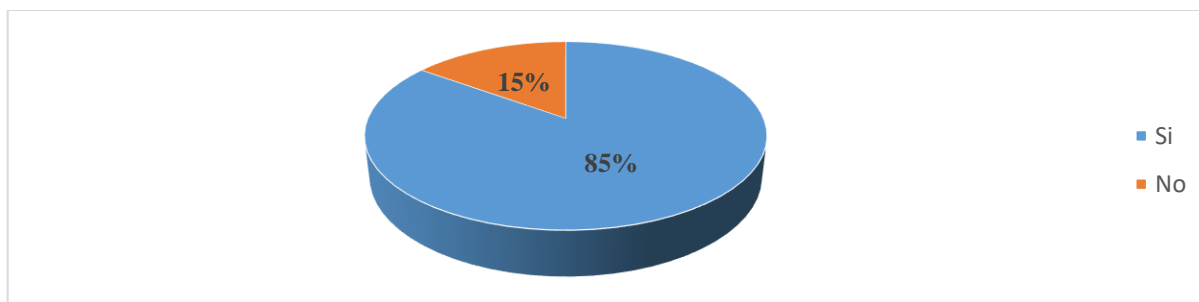
**Tabla 18.** Adquisición de un paquete para visitar la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	100	85
	No	18	15
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo





**Gráfico 18.** Adquisición de un paquete para visitar la hostería

Realizado por: Jhonnatan Erazo

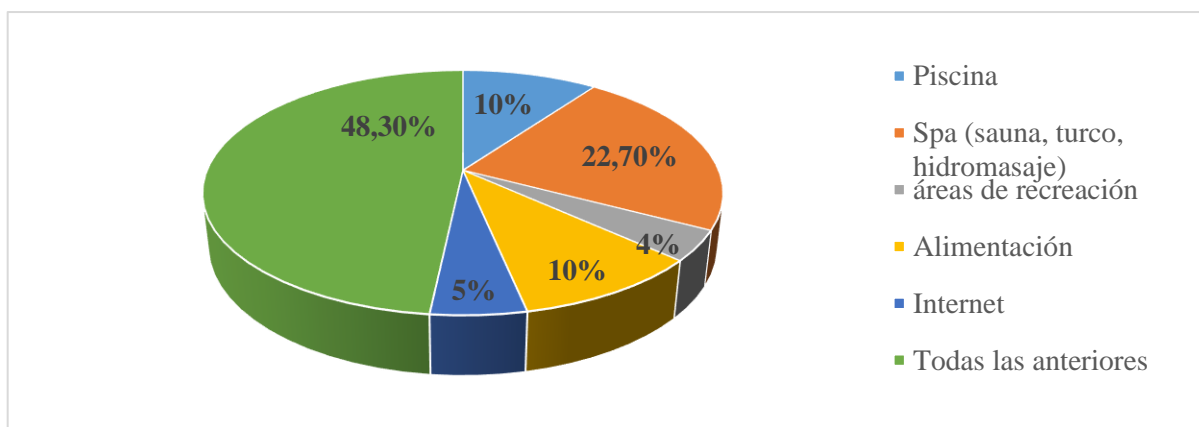
#### h) ¿Qué servicios le gustaría utilizar en la hostería?

**Tabla 19.** Servicios que le gustaría utilizar en la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Piscina	12	10.0
	Spa (sauna, Turco, Hidromasaje)	26	22.7
	Áreas de recreación	5	4.0
	Alimentación	12	10.0
	Internet	6	5.0
	Todas las anteriores	57	48.30
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 19.** Servicios que le gustaría utilizar en la hostería

Realizado por: Jhonnatan Erazo

En primer lugar tenemos que los turistas nacionales el 58.2% desean hacer uso de todos los servicios turísticos que oferta la hostería como: piscina, spa (sauna, turco, hidromasaje), áreas de recreación, alimentación e internet.

#### i) ¿Qué actividad le gustaría realizar en la hostería?

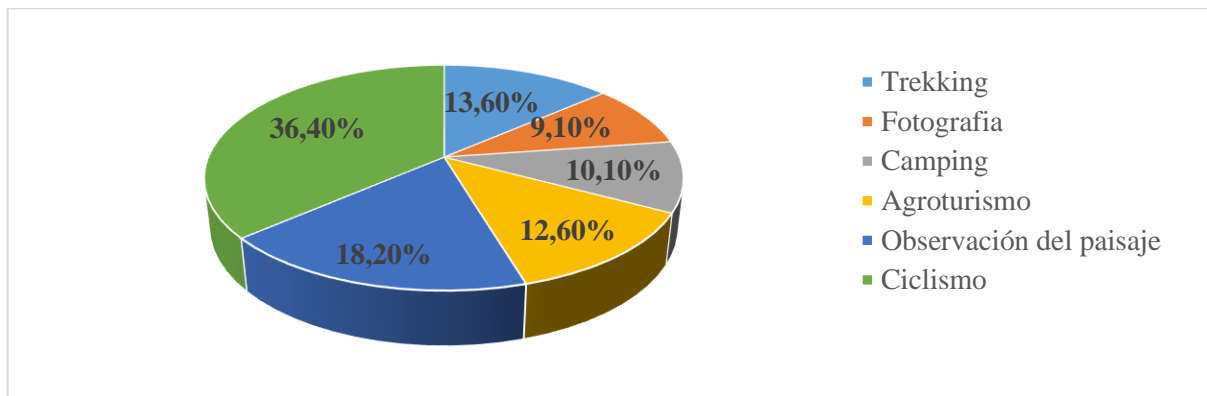
**Tabla 20.** Actividades que le gustaría realizar en la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Trekking	16	13.60
	Fotografía	11	9.10
	Camping	12	10.10

Agroturismo	15	12.60
Observación del paisaje	21	18.20
Ciclismo	43	36.40
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 20.** Actividades que le gustaría utilizar en la hostería

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El 36.4% de los turistas nacionales se inclinan por realizar ciclismo turístico, el 13.6% trekking, fotografía, camping, agroturismo y observación del paisaje. A la vez el 18.2% se apasiona por observar el paisaje que rodea al cantón Mocha.

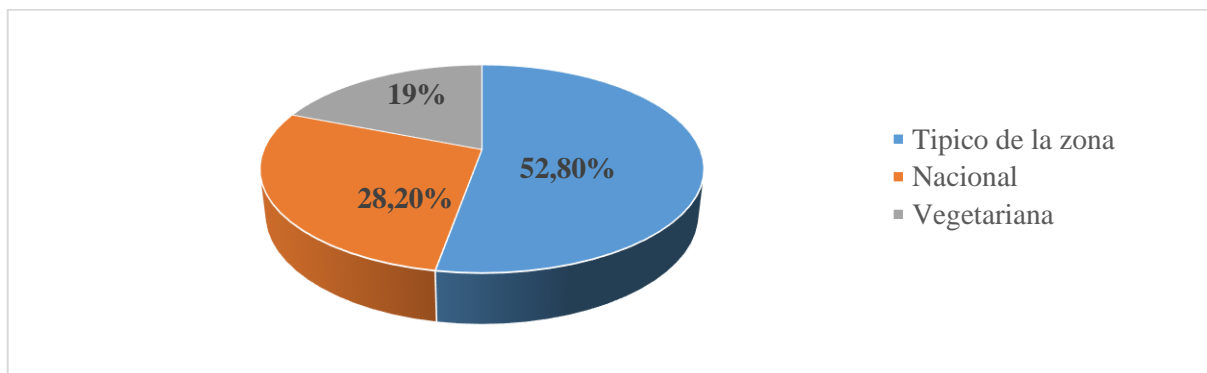
#### j) ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la hostería?

**Tabla 21.** Tipo de alimentación para degustar en la hostería.

		Frecuencia	Porcentaje
<b>Válido</b>	<b>Típico de la zona</b>	62	52.80
	<b>Nacional</b>	33	28.20
	<b>Vegetariana</b>	23	19
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 21.** Tipo de alimentación para degustar en la hostería

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Los turistas nacionales se inclinan por degustar más los platos típicos de la zona en un 52.8%, en un 28.2% platos nacionales y el 19% comida vegetariana.

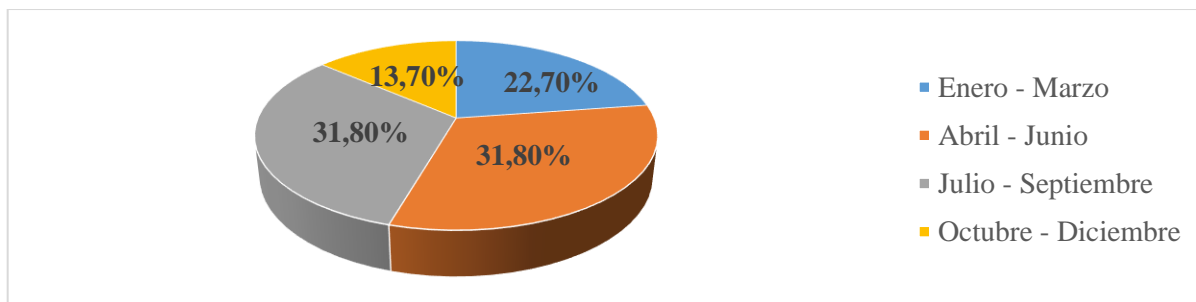
**k) ¿En qué temporada del año viaja usted?**

**Tabla 22.** Temporada del año en la cual usted realiza su viaje.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Enero – Marzo	26	22.70
	Abril – Junio	38	31.80
	Julio – Septiembre	38	31.80
	Octubre - Diciembre	16	13.70
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 22.** Temporada del año en el cual realiza su viaje

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Los turistas nacionales optan por viajar frecuentemente entre los trimestres de Abril a Junio y de Julio a Septiembre en un 31.8%, el 22.7% el primer trimestre del año y el 13.7% de octubre a Diciembre.

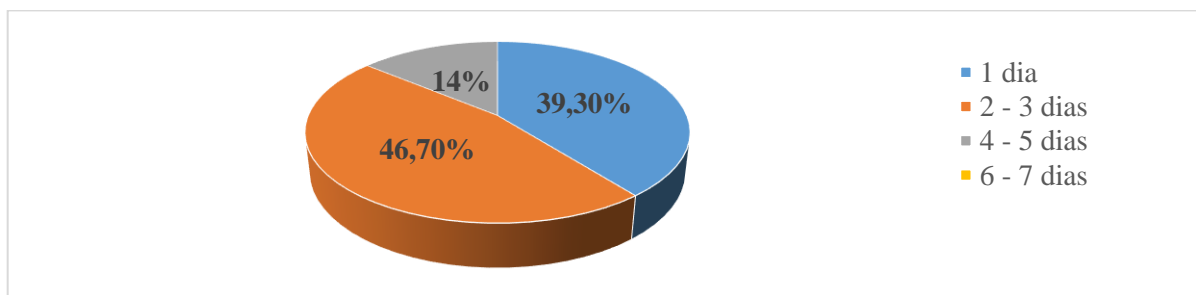
**l) ¿Cuándo usted viaja, cuál es su promedio de estadía?**

**Tabla 23.** Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas nacionales.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1 día	46	39.30
	2 – 3 días	55	46.70
	4 – 5 días	17	14.00
	6 – 7 días	0	00.00
	Mas de 7 días	0	00.00
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 23.** Promedio de estadía en el lugar de visita por parte de los turistas nacionales

Realizado por: Jhonnatan Erazo

La estadía de los turistas nacionales recae en la opción de 2 a 3 días con un 46.7%, el 39.3% permanece un día en el lugar de visita y el 14% de 4 a 5 días.

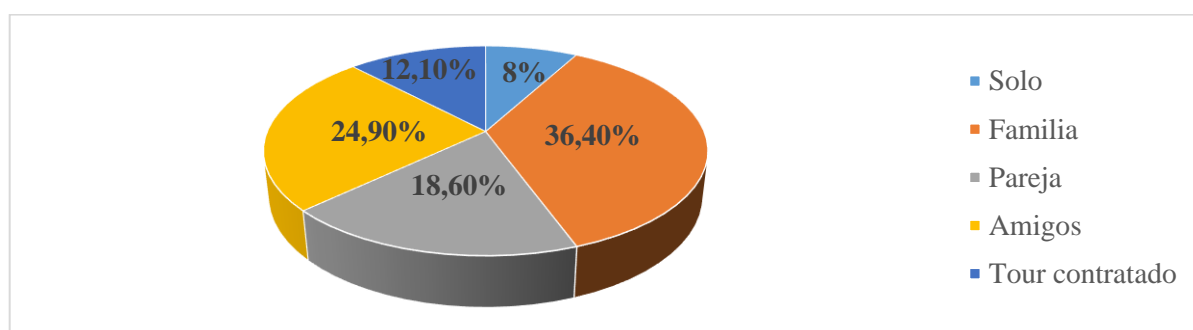
**m) ¿Normalmente usted viaja con?**

**Tabla 24.** Tipo de personas con quien realiza su viaje.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Solo	9	8.0
	Familia	43	36.4
	Pareja	23	18.6
	Amigos	29	24.9
	Tour contratado	14	12.1
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 24.** Tipo de personas con quien realiza su viaje

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El 36.4 de los turistas nacionales realizan su viaje acompañado de su familia, el 24.9% lo realiza junto a sus amigos, el 18.6% en pareja, el 12.1% en tour contratado y el 8% realiza su viaje solo.

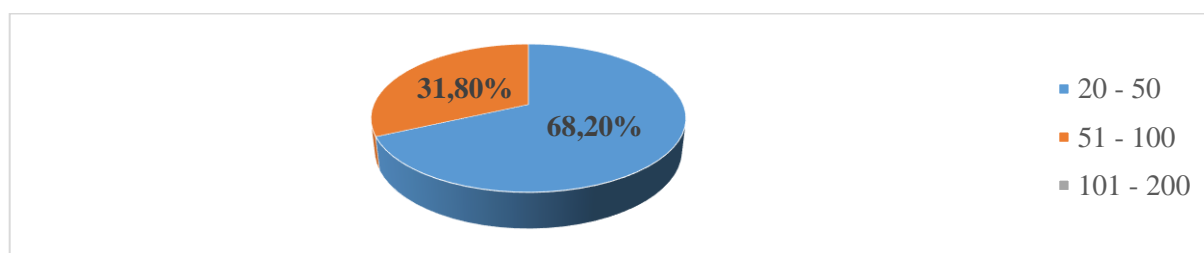
**n) ¿Cuándo viaja generalmente cuánto gasta por día?**

**Tabla 25.** Cantidad de gasto por día.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	20 – 50	80	68.2
	51 – 100	38	31.8
	101 – 200	0	00.0
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuestas realizadas, 2018

Realizado por: Jhonnatan Erazo



**Gráfico 25.** Cantidad de gasto por día

Realizado por: Jhonnatan Erazo

EL turista nacional por lo general tiene un gasto por día de 20 a 50 dólares que equivale al 68.2%, y el 31.8% gasta de 51 a 100 dólares diarios.

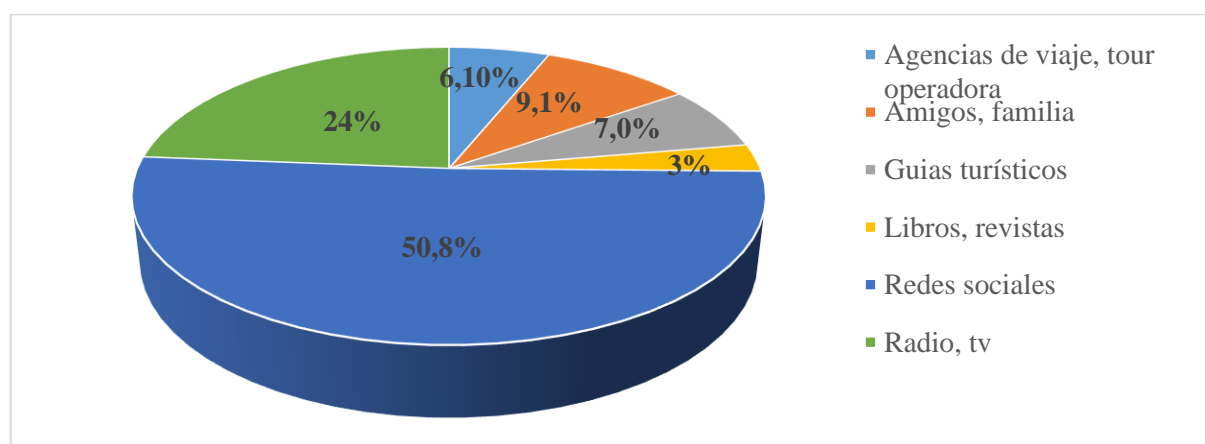
**o) ¿Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística?**

**Tabla 26.** Tipo de publicidad para información turística.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Amigos, familia	11	9.1
	Agencias de viaje, tour operadoras	7	6.1
	Libros, revistas	4	3
	Guías turísticos	8	7
	Redes sociales	60	50.8
	Radio, tv	28	24
	<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas, 2018

**Realizado por:** Jhonatan Erazo



**Gráfico 26.** Tipo de publicidad para información turística

**Realizado por:** Jhonatan Erazo

Las redes sociales obtienen el 50.8% por el cual los turistas nacionales obtiene información turística, el 24% obtiene información mediante las cuñas radiales y la televisión, el 9.1% por medio de amigos y familiares, el 7% por guías turísticos, el 6.1% agencias de viajes y como último medio los libros y revistas con el 3%.

### 3) Perfil de los clientes

#### a) Perfil del Turista local

**Tabla 27.** Perfil del cliente

<b>Género</b>	Masculino	47,60%
	Femenino	52,40%
<b>Rango de edad</b>	26 - 35	38,10%
<b>Aceptación por la hostería</b>	si	96%

<b>Servicios de preferencia</b>	Spa (sauna, turco , hidromasaje)	25,10%
	Piscina	19,30%
<b>Actividades de preferencia</b>	Fotografía turística	23%
	Trekking	21,60%
	Ciclismo	21,30%
<b>Alimentación</b>	Delicias del mar	75%
<b>Estadía</b>	1 día	81%
<b>Con quien realiza su viaje</b>	Amigos	35%
	Familia	26%
<b>Gastos por día</b>	10, 20	68%
<b>Medio de información</b>	Redes sociales	57,50%
	Radio, tv	18%

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El perfil del cliente local comprende hombres y mujeres entre los 26 y 35 años de edad, se refleja una aceptación por la implementación de la hostería del 96%, los servicios que prefieren utilizar son la piscina y el spa, las actividades predominantes es la fotografía turística (23%), trekking (21.6%), y ciclismo (21.3%).

Prefieren degustar de platos típicos de la costa ecuatoriana (75%), su promedio de estadía es de un día, y prácticamente tienen su momento de relajación junto a sus amigos (35%) y familia (26%).

Tienen un gasto promedio de 10 a 20 dólares (68%) y su principal fuente o medio de información es a través de las redes sociales (57.5%) y anuncios radiales como también televisión (18%).

#### b) Perfil del turista nacional.

**Tabla 28.** Perfil del turista nacional.

<b>Género</b>	Masculino	45,50%
	Femenino	54,50%
<b>Rango de edad</b>	15 - 25	27,30%
	36 - 45	26,50%
<b>Procedencia</b>	Guayaquil	27,30%
	Quito	22,70%
<b>A escuchado sobre el cantón Mocha</b>	Si	59,10%
	No	40,90%
<b>interés por visitar el cantón Mocha</b>	Si	100,00%

<b>Aceptación por la hostería</b>	si	89%
<b>medio de adquisición para la hostería</b>	Paquete	85%
<b>Servicios de preferencia</b>	Spa (sauna, turco , hidromasaje)	22,70%
	Piscina	10,00%
<b>Actividades de preferencia</b>	Observación del paisaje	18%
	Trekking	14%
	Agroturismo	13%
	Ciclismo	36%
<b>Alimentación</b>	Típico de la zona	53%
<b>Temporada que realiza el viaje</b>	Abril - Septiembre	64%
<b>Estadía</b>	2 - 3 días	47%
	1 día	39%
<b>Con quien realiza su viaje</b>	Familia	36%
<b>Gastos por día</b>	20 - 50	68%
<b>Medio de información</b>	Redes sociales	50,80%
	Radio, tv	24%

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo

El género de los turistas nacionales comprende en un 54.5% el femenino y el 45.5% masculino, provenientes en mayor cantidad de la ciudad de Guayaquil con un 27.3%, seguida de la capital del Ecuador, Quito con un 22.7%.

El porcentaje de los encuestados se encuentra en un rango de edad entre los 15 a 25 años (27.3%), con un 26.5% turistas nacionales comprendidos entre los 36 a 45 años.

Desean el 89% de los turistas pasar un momento de relax en una lugar fuera de la ciudad con áreas de recreación, es así que, el 58.2% desean hacer uso de todos los servicios turísticos que oferta la hostería como: piscina, spa (sauna, turco, hidromasaje), áreas de recreación, alimentación e internet.

El 36% de los turistas nacionales se inclinan por realizar actividades deportivas como ciclismo, a la vez el 18.2% se apasiona por observar el paisaje que rodea al cantón Mocha.

La alimentación de preferencia son los platos típicos de la zona en un 52.8%

Deciden por realizar su viaje en temporadas de abril a septiembre en un 31.8% y su estadía prevalece de 2 a 3 días (46.7%).

Los visitantes el 36.4% realizan su viaje junto a su familia, y su capacidad de gasto es de 20 a 50 dólares diarios que equivale al 68.2%.

El medio de información con el que más interactúan son las redes sociales con un 58.2% seguido del 24% que brinda las propagandas radiales y televisivas.

#### 4) Demanda potencial

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación en situ, se obtuvo como resultado lo siguiente:

El 96% de los turistas locales se manifestaron satisfactoriamente con respecto a visitar un establecimiento que estuviese fuera de la ciudad y que les ofrezca actividades recreacionales, alimentación y hospedaje

**Tabla 29.** Determinación de la demanda potencial local.

---


$$DP = 3788 * 96\%$$


---

$$DP = 3636$$


---

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Por otra parte el grado de acogida de los turistas nacionales referente a la visita de un establecimiento que estuviese fuera de la ciudad y que ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje es del 89%.

**Tabla 30.** Determinación de la demanda potencial nacional.

---


$$DP = 14000 * 89\%$$


---

$$DP = 12460$$


---

Realizado por: Jhonnatan Erazo

Consecuente a esto se proyectó la demanda potencial a 5 años, utilizando la fórmula del incremento compuesto, considerando el índice de crecimiento poblacional en el 2010 que corresponde al 1.5% de acuerdo a los datos generados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

La demanda potencial existente es igual a la suma de la demanda local y nacional.

#### Fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Co = Demanda potencial

i = Índice de crecimiento poblacional (1.5%)



$n$  = Año a proyectarse (1 – 5)

**Tabla 31.** Proyección de la demanda potencial.

Nº	Año	Turistas locales	Turistas nacionales	Demanda total
0	2018	3636	12460	16096
1	2019	3691	12647	16338
2	2020	3745	12837	16582
3	2021	3802	13029	16831
4	2022	3859	13225	17084
5	2023	3917	13423	17340

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 3. Análisis de la Oferta

Por ser un emprendimiento turístico muy específico como es la Hostería Hidden Paradise, el presente trabajo no requiere del apartado en mención

### 4. Análisis de la competencia

En el cantón Mocha, provincia de Tungurahua no existe servicios de alojamiento y recreación en este caso una hostería, es por esto que el presente proyecto no tiene competencia alguna.

### 5. Confrontación competencia vs demanda

#### Fórmula

$$DI = DP - C$$

<b>DI</b>	= Demanda insatisfecha
<b>DP</b>	= Demanda potencial
<b>C</b>	= Competencia

**Tabla 32.** Tabla de la demanda insatisfecha.

Año	Demanda objetiva	Competencia	Demanda insatisfecha
0	16096	0	16096
1	16337	0	16337
2	16583	0	16583
3	16831	0	16831

4	17084	0	17084
5	17340	0	17340

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## 6. Determinación de la demanda objetiva:

### Fórmula

$$DO = DI * CM$$

<b>DO</b>	= Demanda objetiva
<b>DI</b>	= Demanda insatisfecha
<b>CM</b>	= Captación de Mercado

**Tabla 33.** Determinación de la demanda.

#### DEMANDA OBJETIVA

<b>DO</b>	=16096 * 35%
<b>DO</b>	=5634

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El presente proyecto pretende captar el 35% del mercado correspondiente a 3219 turistas, debido a que no existen productos similares en el territorio.

**Tabla 34.** Determinación de la demanda objetiva.

Nº	Año	Demanda Insatisfecha	Demanda objetiva
0	2018	16096	5634
1	2019	16337	5718
2	2020	16583	5804
3	2021	16831	5891
4	2022	17084	5979
5	2023	17340	6069

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## 7. Plan mercadotécnico del proyecto

### a. Nombre

Hostería “HIDDEN PARADISE” que significa un paraíso escondido, ya que la hostería refleja a simple vista los nevados, volcanes y cerros de la cordillera de los andes.

### b. Slogan

Para el slogan se ha tomado en consideración elementos como la calidad y el servicio a desarrollarse en un ambiente de exclusividad, por lo tanto la frase es **“HOSTERIA HIDDEN PARADISE, UN LUGAR QUE RENUEVA”**

### c. Logotipo

Se elaboró el logotipo pensando en los colores representativos para el confort y exclusividad con un enfoque de distracción para el cliente



**Gráfico 27.** Marca de la imagen de la hostería.  
Realizado por: Jhonnatan Erazo

### d. Colores de identificación de la HOSTERIA EL PARAÍSO

**Verde:** representa la sobriedad y la responsabilidad que tenemos hacia nuestros clientes y el medio ambiente, resalta un efecto equilibrado y tranquilizante brindando un servicio de altura y elegancia a nuestros visitantes.

**Rojo:** representa el confort, lujo y comodidad que nuestro establecimiento ofrece.

### e. Significancia

**Flora:** representa la gran variedad de áreas verdes y huertos frutales en la zona para la libre interacción de los turistas con los mismos.

**Cabaña:** representa el bienestar que brinda la hostería en todos sus servicios que ofrece: alimentación, hospedaje y áreas de recreación como piscina, spa, donde sin duda el buen servicio enamorará al cliente.

### f. Artículos Promocionales



### g. Identidad corporativa

Se ha elaborado tarjetas de presentación con los números y direcciones donde se puede el cliente contactar para poder informarnos las inquietudes o a su vez realizar las reservaciones.



**Gráfico 28.** Tarjeta de presentación  
Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### **h. Promoción y comercialización**

Según las encuestas los resultados obtenidos indican que el 100% llegan a conocer los establecimientos vía internet por lo que crearemos nuestra propia página en la principal red social Facebook.



**Gráfico 29.** Comercialización de la hostería en la principal red social  
Realizado por: Jhonnatan Erazo


Otro medio de comercialización es a través de la página web que enseñamos a continuación:





**Gráfico 30.** Portada de la página web hostería “Hidden paradise”.  
**Realizado por:** Jhonnatán Erazo






# HOSTERIA HIDDEN PARADISE

We Are The Most Popular And The Great Travel Service Providers.

You Can Find The Most Comfortable And Safest Journey With Our Service.



**Límites:**

**Norte:** parroquia de Quinchicoto del cantón Tisaleo y el cantón Cevallos.

**Sur:** la parroquia de Yanayacu perteneciente al cantón Quero.

**Este:** el cantón Quero.

**Oeste:** parroquia de Pilahuín del cantón Ambato.



Cantón Mocha  
Provincia de Tungurahua

Ubícanos



**Gráfico 31.** Portada de la página web hostería “Hidden paradise”.

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo



**Gráfico 32.** Portada de los servicios de la hostería “Hidden Paradise”.  
Realizado por: Jhonnatán Erazo



The image shows a web browser window with the address bar displaying 'file:///C:/Hosteria\_hidden-paradise/web/index.html'. The page has a teal background and is divided into two main sections: 'Contact' on the left and 'Submit Your Query' on the right.

**Contact**

**Email:**

**Address:**

**Phone:**

Below the contact information are four social media icons: Facebook, Twitter, Blogger, and LinkedIn.

**Submit Your Query**

**Your Name**

**Your E-mail**

**Message**

At the bottom of the page, a dark footer contains the text: '© 2017 Go Fly Traveller. All rights reserved | Design by W3layouts' and an upward-pointing arrow icon.

**Gráfico 33.** Portada de información sobre la hostería “Hidden paradise”.

**Realizado por:** Jhonatan Erazo

## i. REQUERIMIENTOS PARA EL ÁREA COMERCIAL

### 1) Talento humano

El cálculo del costo trimestral (enero, febrero, marzo) por cada involucrado se hizo de la siguiente manera:

**(Sueldo nominal\*12)+ Décimo Tercero (1 Sueldo Básico) + Décimo Cuarto (1 Sueldo Nominal) = Costo Anual**

**Tabla 35.** Talento humano.

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Total
Ingeniero en Marketing	1	400	1391.5
<b>Gasto total</b>		400	1391.5

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 2) Activos diferidos

**Tabla 36.** Activos diferidos.

	Cantidad	Valor unitario	Total inversión
<b>Promoción y publicidad antes</b>			
Adecuación del local	1	1500	1500
Gigantografías	5	25	125
fiesta de inauguración	1	2000	2000
Cuñas radiales Radio canela 94,5 FM	3	90	270
Escenas comerciales tv canales locales de la provincia de Tungurahua	1	500	500
<b>TOTAL</b>			<b>4395</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 3) Gastos de promoción y publicidad (Durante)

**Tabla 37.** Gastos de promoción y publicidad (Durante)

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto total
Trípticos	1000	0,5	500
Afiches	2000	1	2000
<b>TOTAL</b>			<b>2500</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## B. ESTABLECER LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

### 1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

#### a. Localización del proyecto

##### 1) Macro localización

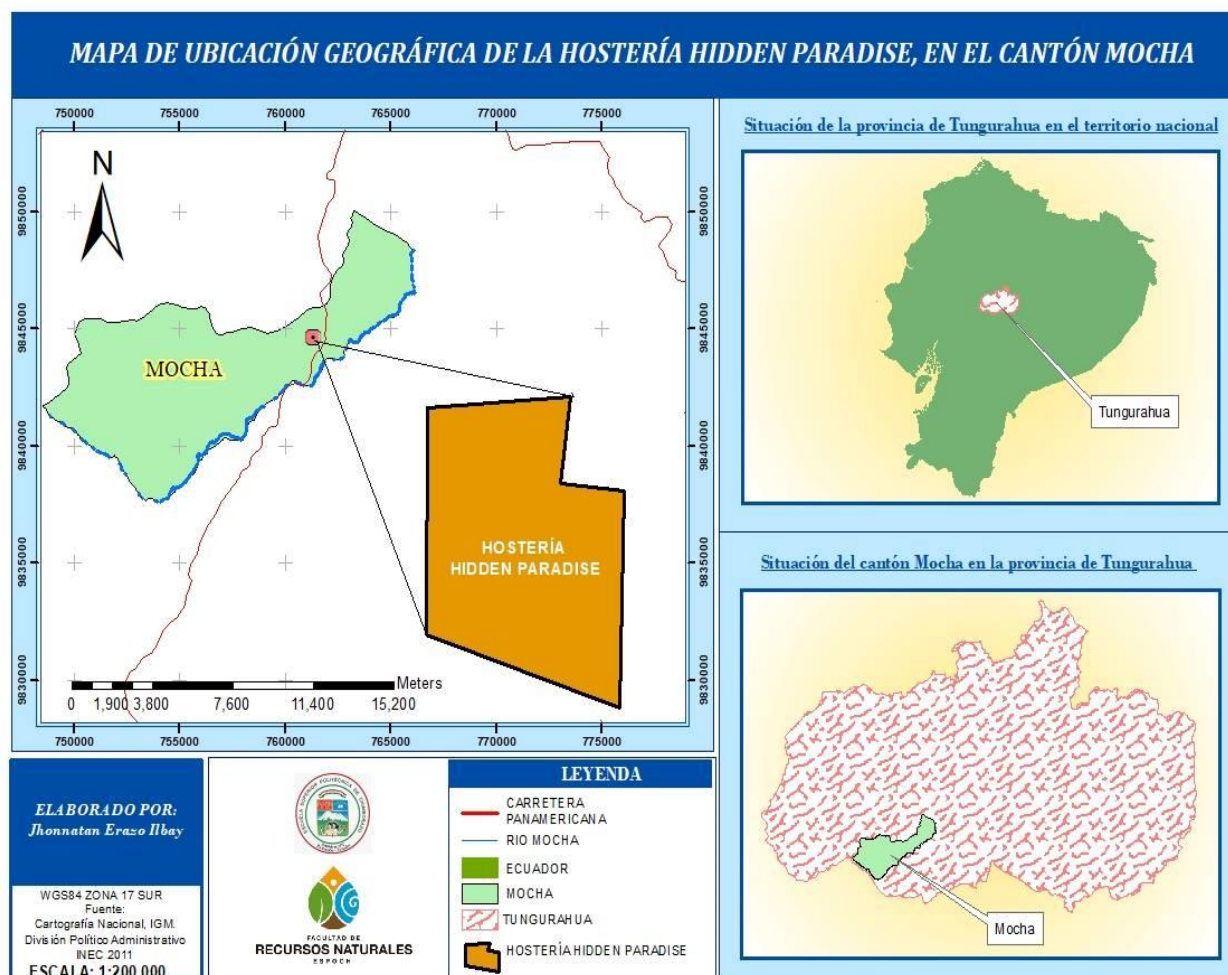
El presente proyecto de turismo sostenible se realizará en: País: Ecuador, Provincia de Tungurahua, Cantón Mocha.

##### 2) Micro localización

El presente proyecto se desarrollara en el cantón Mocha perteneciente a la provincia de Tungurahua, corresponde a las siguientes coordenadas UTM zona 17s; **X:** 759635,

**Y:** 9843285 y de **Altitud:** 3.272 m.s.n.m, en la parroquia la matriz del cantón Mocha.

A continuación se detalla en el mapa la ubicación del terreno donde se pretende implementar la hostería:



**Gráfico 34.** Ubicación de la hostería Hidden Paradise en el cantón Mocha

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## b. Tamaño del proyecto

### 1) Consumo aparente por clientes

**Tabla 38.** Consumo aparente de Turistas.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	5634	2817	1408,4	469	217	108	15
2019	5718	2859	1430	477	220	110	16
2020	5804	2902	1451	484	223	112	16
2021	5891	2945	1473	491	227	113	16
2022	5979	2990	1495	498	230	115	16
2023	6069	3034	1517	506	233	117	17

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 2) Consumo aparente de los clientes locales por producto (actividades)

**Tabla 39.** Consumo aparente de clientes locales por actividades.

Año	Demanda objetiva	Índice de actividades					
		Agroturismo	Trekking	Fotografía turística	Camping	Observación del paisaje	Ciclismo
		10%	18%	16%	9%	18,5%	28,5%
2018	5634	563	1014	901	507	1042	1606
2019	5718	572	1029	915	515	1058	1630
2020	5804	580	1045	929	522	1074	1654
2021	5891	589	1060	943	530	1090	1679
2022	5979	598	1076	957	538	1106	1704
2023	6069	607	1092	971	546	1123	1730

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### a) Consumo aparente por actividad de agroturismo

**Tabla 40.** Consumo aparente por actividad de agroturismo

Demanda objetiva	Día	Semana	Quincena	Mes	Trimestre	Semestre
563	2	11	22	47	141	282
572	2	11	22	48	143	286
580	2	11	22	48	145	290
589	2	11	23	49	147	295
598	2	11	23	50	149	299
607	2	12	23	51	152	303

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### b) Consumo aparente por actividad de Trekking

**Tabla 41.** Consumo aparente por actividad de Trekking.

<b>Demanda objetiva</b>	<b>Día</b>	<b>Semana</b>	<b>Quincena</b>	<b>Mes</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Semestre</b>
<b>1014</b>	3	20	39	85	254	507
<b>1029</b>	3	20	40	86	257	515
<b>1045</b>	3	20	40	87	261	522
<b>1060</b>	3	20	41	88	265	530
<b>1076</b>	3	21	41	90	269	538
<b>1092</b>	3	21	42	91	273	546

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### c) Consumo aparente por actividad de fotografía turística

**Tabla 42.** Consumo aparente por actividad de fotografía turística.

<b>Demanda objetiva</b>	<b>Día</b>	<b>Semana</b>	<b>Quincena</b>	<b>Mes</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Semestre</b>
<b>901</b>	2	17	35	75	225	451
<b>915</b>	3	18	35	76	229	457
<b>929</b>	3	18	36	77	232	464
<b>943</b>	3	18	36	79	236	471
<b>957</b>	3	18	37	80	239	478
<b>971</b>	3	19	37	81	243	486

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### d) Consumo aparente por actividad de camping

**Tabla 43.** Consumo aparente por actividad de camping

<b>Demanda objetiva</b>	<b>Día</b>	<b>Semana</b>	<b>Quincena</b>	<b>Mes</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Semestre</b>
<b>507</b>	1	10	20	42	127	254
<b>515</b>	1	10	20	43	129	257
<b>522</b>	1	10	20	44	131	261
<b>530</b>	1	10	20	44	133	265
<b>538</b>	1	10	21	45	135	269
<b>546</b>	1	11	21	46	137	273

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### e) Consumo aparente por actividad de observación del paisaje

**Tabla 44.** Consumo aparente por actividad de observación del paisaje

<b>Demanda objetiva</b>	<b>Día</b>	<b>Semana</b>	<b>Quincena</b>	<b>Mes</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Semestre</b>
<b>1042</b>	3	20	40	87	261	521
<b>1058</b>	3	20	41	88	264	529

<b>1074</b>	3	21	41	89	268	537
<b>1090</b>	3	21	42	91	272	545
<b>1106</b>	3	21	43	92	277	553
<b>1123</b>	3	22	43	94	281	561

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### **f) Consumo aparente por actividad de ciclismo**

**Tabla 45.** Consumo aparente por actividad de ciclismo

<b>Demanda objetiva</b>	<b>Día</b>	<b>Semana</b>	<b>Quincena</b>	<b>Mes</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Semestre</b>
<b>1606</b>	4	31	62	134	401	803
<b>1630</b>	4	31	63	136	407	815
<b>1654</b>	5	32	64	138	414	827
<b>1679</b>	5	32	65	140	420	839
<b>1704</b>	5	33	66	142	426	852
<b>1730</b>	5	33	67	144	432	865

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### **c. Terreno**

La adquisición del terreno es un aporte familiar, el espacio destinado para el levantamiento y puesta en marcha del presente proyecto será una superficie de 9828m<sup>2</sup>.

#### **d. Tipología de la construcción**

Para el factor constructivo se aplicó el modelo de sismo resistencia y utilizando materiales vernaculares se planteará una estructura de tipo rústica mezclando materiales como la madera y la piedra, los cuales tienen una relación directa con las características climáticas de la zona, brindando de esta manera el confort y satisfacción de nuestros clientes y procurando siempre la mantención de los materiales utilizados en dicha construcción.

Las características climáticas y materiales se describen a continuación:

##### **1) Condiciones ambientales**

- Temperatura: 12°C a 18°C
- Altitud: 3272 m.s.n.m
- Precipitación media anual: 600 - 800mm
- Humedad Relativa: 65% - 85%

##### **2) Tipo de Materiales**

El Listado de materiales que se mencionan a continuación ha sido analizado detenidamente para contrarrestar en parte los impactos causados por la construcción.

- Madera y sus derivados.
- Piedra, grava, arcilla (bloques de adobe), arena.
- Materiales que tiene algún proceso técnico:
  - Cemento para los morteros.
  - Hormigón (mezcla de cemento, arena, grava o ripio, agua).
  - Ladrillo (bloques de adobe o arcilla que se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o más).
  - Vidrio (mezcla de arena de sílice, carbonato de sodio y caliza por fusión a 1500 °C).
  - Azulejo o cerámica esmaltada (la arcilla se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o más).
  - Acero (es la aleación de hierro y carbono) empleado para estructuras, ya sea por sí solo o con hormigón, formando entonces el hormigón armado.
  - Cobre, esencialmente en instalaciones de electricidad y fontanería.
  - Sintéticos<sup>10</sup>, se usan como: aglomerantes, sellantes, impermeabilizantes, aislantes, o también en forma de pinturas, esmaltes, barnices. Entre ellos los más utilizados son:
    - PVC o policloruro de vinilo, con el que se fabrican carpinterías y redes de saneamiento.
    - Acrílicos, derivados del propileno como el Metacrilato, que es un plástico en forma transparente para sustituir al vidrio.

#### **e. Diseño del producto para actividades turísticas**

El diseño del producto para actividades turísticas de la hostería “Hidden Paradisea” se basa en las características productivas identificadas dentro de la misma, que dieron las pautas necesarias para realizar este tipo de turismo.

Además para el diseño de los paquetes se ha considerado principalmente el perfil del turista, además de la perspectiva durante el desarrollo del presente trabajo.

Entre los servicios principales se encuentra la observación de la biodiversidad existente, observación de aves, fotografía, caminatas y el desarrollo de agro turismo a través de los productos de la hacienda como son la mora, Claudia, cultivo de papa, quinua, durazno.

Los encargados de realizar la guianza en la propiedad serán el personal de producción por ser ellos quienes conocen la producción de la hacienda, las labores que se efectúan en el campo; además que serán capacitados para realizar dicha actividad.

## 1) Estructura del paquete turístico

### a) Paquete turístico

El presente paquete fue diseñado especialmente por la producción de huertos frutales, y sus cultivos que es el producto relevante de la hostería “Hidden paradise”.

**Nombre del paquete:** “Paraíso escondido”.

**Duración:** 1 día

**Carácter:** Turismo comunitario

**Tiempo de las actividades:** 10:00 am hasta 4:00 pm

### Itinerario e introducción acerca de los lugares a visitar

En la Ruta turística paraíso escondido un lugar que renueva se puede apreciar las maravillas del campo, realizar caminatas, fotografía turística, recorrido a los productos de la Hosteria “Hidden Paradise”, observación de diferentes especies de plantas y animales, todo para la recreación del turista.

**Tabla 46.** Itinerario turístico.

Hora	Actividad
09:30 am	Arribo y bienvenida a los turistas a la hostería “LHidden Paradise”
10:00 am	Box Lunch
10: 30 am	Recorrido agro turístico
	Caminatas por el sendero
	Apreciación del paisaje
	Recorrido en bicicletas
	Fotografía turística
	Disfrute de juegos infantiles
	Cabalgatas
	Visita a la zona de camping
12:00 pm	Recorrido agrícola de producción dentro de la hostería; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata</li> <li>• Fotografías</li> <li>• Consumo de frutas</li> </ul>
13:30 pm	Almuerzo
14:30 pm	Recorrido por los sectores aledaños del cantón
15:30 pm	Conclusiones y recomendaciones de la actividad



**16:00 pm** Finalización de la actividad y despedida

### **b) Atractivos y actividades**

- Hostería “Hiden Parsadise”
- Agro turismo
- Caminatas
- Fotografía turística
- Cabalgatas
- Zona de camping
- Juegos infantiles

### **Que llevar**

- Zapatos o zapatillas cómodas
- Ropa ligera
- Gorra
- Gafas
- Protector solar
- Pilas
- Binoculares
- Cámara de fotos
- Repelente de insectos

### **Que no llevar**

- Armas
- Drogas
- Alcohol

### **c) Normas de comportamiento**

- No arrojar basura
- No recolectar especies de flora o fauna
- No destruir la propiedad privada
- Seguir las instrucciones del guía

### **d) Cálculo del precio por pax**

El precio del paquete turístico “Paraíso escondido” se estructura de la siguiente forma:

**Tabla 47.** Cálculo del precio del paquete

Servicio	Rango pax			
	Costo Total	2	5	10
COSTO FIJO				
Guía local	5	3	2	1
TOTAL C.F	5	3	2	1
COSTO VARIABLE				
Box lunch	1	1	1	1
Visita sendero	1	1	1	1
Ciclismo	3	3	3	3
Almuerzo	5	5	5	5
Visita a los huertos frutales	0,5	0,5	0,5	0,5
Sourvenier	1	1	1	1
Fotografías	0,5	0,5	0,5	0,5
Cabalgatas	3	3	3	3
TOTAL C.V	15	15	15	15
COSTOS DIRECTOS	20	18	17	16
Gastos de administración (10%)	2	1,8	1,7	1,6
Gasto de ventas (10%)	2	1,8	1,7	1,6
COSTO TOTAL	24	21,6	20,4	19,2
Utilidad (10%)	2,4	2,16	2,04	1,92
Precio venta final	<b>26,4</b>	<b>23,76</b>	<b>22,44</b>	<b>21,12</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### Que incluye

- Tour líder
- Box lunch
- Caminatas guiadas
- Ruta turística
- Fotografía turística
- Almuerzo en la “Hostería Hidden Paradise”

### Que no incluye

- Comidas ni bebidas extras
- Gastos personales
- Propinas

- Lo no especificado en el programa

### Observaciones

- El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.

## 2. Diseño técnico arquitectónico

### a. Programación para la hostería

**Tabla 48.** Programación de la hostería

HOSTERÍA					
Área	Sub área	Descripción	Cantidad	Superficie(m2)	Presupuesto
Administrativo	Gerencia	Oficina	1	26	4500
Comercial	Recepción	Barra de atención al cliente	1	6	8480
		Sala de espera	2	35	
		Corredor	1	13	
		Baños	2	6	
	Parqueadero	Zona de parqueo	1	500	9520
Productiva	Recreación	Juegos infantiles	5	84	35000
		Juegos de mesa	4	56	
		Áreas verdes	1	5054	
		Sendero	1	1360	
		Cancha de futbol	1	525	
		Área de cabalgata	1	400	
		Área de camping	1	192	
	Spa, piscina	Sauna	1	23	61000
		Turco	1	22	
		Hidromasaje	1	18	
		Piscina	1	220	
		Servicios higiénicos	2	6	
		Vestidores	2	23	
		Corredor	1	13	
	Restaurant, salón de eventos	Comedor	1	158	21500
		Cocina, bodega, cuarto frio	1	60	
		Servicios higiénicos	2	28	
	Alojamiento	Dormitorio matrimonial	3	30	52000
		Dormitorio simple	7	20	
		Dormitorio triple	3	38	
		Servicios higiénicos	9	6	
Total					192000

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## b. Diseño arquitectónico

### 1) Planta arquitectónica



**Gráfico 35.** Planta arquitectónica.  
Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 2) Detalle cabaña



**Gráfico 36.** Diseño de la cabaña  
Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 3) Detalle salón de eventos y restaurant



**Gráfico 37.** Fachada frontal de la recepción  
Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 4) Detalle de la cubierta de piscina y spa



**Gráfico 38.** Cubierta de la piscina y el spa.  
Realizado por: Jhonnatan Erazo

## 5) Distribución y características de la construcción

Hostería empleará la madera y ladrillo visto en la mayoría de la obra civil, resaltando de esta manera elementos rústicos que complementaran el ambiente rural y natural del medio que se pretende obtener para nuestros turistas.

Poseen varias sub-áreas dentro de los 9828 m<sup>2</sup> de construcción, distribuidas uniformemente, siendo las siguientes:

a) Sub-área alojamiento: la distribución consiste en la construcción de 3 cabañas cada una posee 123m<sup>2</sup> de superficie, sus materiales principales son madera y ladrillo visto, la cabaña se encuentra marcada por dos ambientes, el uno destinado para familias o grupos de personas que viajan entre 4 personas, y el otro para personas que viajan solos, en pareja o 3 personas. Existe en cada cabaña una habitación matrimonial, 3 habitaciones simples en una cabaña y en las dos cabañas restantes 2 habitaciones simples cada una, dos habitaciones triples en dos cabañas y en la última cabaña 1 habitación triple.

b) Sub-área restaurante: El restaurante posee 6 componentes empezando por un comedor con un área de 240 m<sup>2</sup> el mismo que cuenta con 4 mesas para 8 paxs y 3 mesas para 4 paxs, la cocina, bodega y el cuarto frío se encuentran dentro de un mismo ambiente con una superficie de 60 m<sup>2</sup>, cuenta con dos servicios higiénicos que ocupan el 28 m<sup>2</sup> del total de la construcción.

c) Sub-área recepción: Construcción destinada para recibir las necesidades del cliente y apoyar a los funcionarios de la empresa, cuenta con un área de 118m<sup>2</sup>, con varios ambientes que a continuación detallo:

- Barra de atención al cliente
- Sala de espera
- Corredor
- Dos servicios higiénicos
- Oficina de gerencia

e) Sub-área de parqueadero: Espacio en el cual el cliente guardará los vehículos en la hostería y este contará con un área de 682 m<sup>2</sup>, el material a usar será el conocido como casajo pómez.

f) Sub-área de recreación: En esta área se realizarán varias actividades en distintos ambientes los cuales a continuación se detalla:

- Juegos de mesa: constaran de una mesa de billar, una mesa de pin pon, fútbol para los mas pequeños, dos mesas para juegos de naipes, ajedrez, monopolio.
  - Juegos infantiles: este espacio poseerá 3 Sube y Baja diseñado con madera incorruptible y acero; 1 Escalera China de madera incorruptible y acero; y 2 juegos múltiples para niños.
  - Áreas verdes: Esta área resaltara con la implementación de jardines cuyas plantaciones serán únicamente con especies de plantas florales y plantas medicinales como cedrón, hierba luisa, además del espacio donde se asentara los huertos frutales típicos de la zona como; mora, frutilla, Claudia. El total de esta área es de 5260 m<sup>2</sup>.
  - Cancha de futbol: Contará con una cancha de futbol de 482 m<sup>2</sup> de superficie y será diseñada con césped natural, adicional se construirá una gradería con cubierta que poseerá un área de 42,91 m<sup>2</sup> capaz de unir a las familias para el deleite del deporte y salud de nuestros clientes.
  - Senderos: Los senderos se encontraran dentro de las instalaciones los mismos que servirán para el traslado a las instalaciones y a realizar pequeñas caminatas aportando de esta manera a la salud de nuestros clientes, el total de la superficie de los senderos será de 1360m<sup>2</sup>.
  - Área de camping: Se dispondrá de un área donde se podrá realizar campamentación la misma que posee 300 m<sup>2</sup> de superficie, donde se podrá instalar 7 carpas de 4 personas cada una.
- g) Sub-área piscina spa: Este espacio constará con varios ambientes tales como sauna, turco, hidromasaje, piscina, servicios higiénicos, vestidores y corredores todo en un área de 953.2 m<sup>2</sup> protegido por una cubierta de metal y policarbonato.
- h) Sistema contra incendios: Obedeciendo a las normas y regulaciones vigentes, se contará con un extintor de incendios en cada planta.
- j) Tratamiento y eliminación de basura: Se ubicaran tachos de clasificación de basura, sean estos con las opciones plástico, papel, desechos orgánicos y desechos inorgánicos. Todos los desechos inorgánicos, serán llevados a la ciudad de Ambato para su posterior desalojo en los basureros municipales, el plástico y papel serán entregadas a las plantas de reciclaje o a los recolectores de estos desechos, mientras que los desechos orgánicos por encontrarnos dentro de una zona ganadera se los utilizará como alabaza para la crianza de ganado porcino.

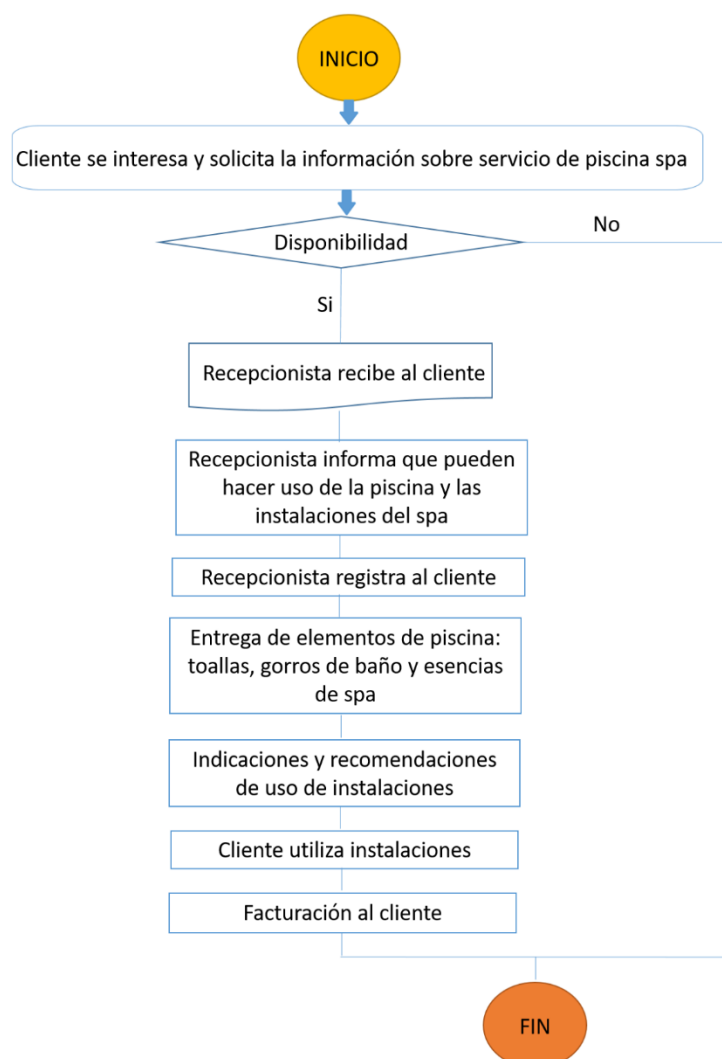
### **c. Definición del proceso productivo**

La producción de la hostería se basará en la prestación de los servicios turísticos ofertados siendo estos de alimentación, hospedaje y recreación, dichos procesos seguirán una secuencia de etapas para cumplir con el objetivo que es el de entregar un buen servicio y de calidad.

Los procesos se dividirán según las áreas establecidas en el proyecto turístico las cuales se muestran a continuación:

### 1) Flujogramas de procesos

#### a) Proceso de prestación de servicio “piscina spa”

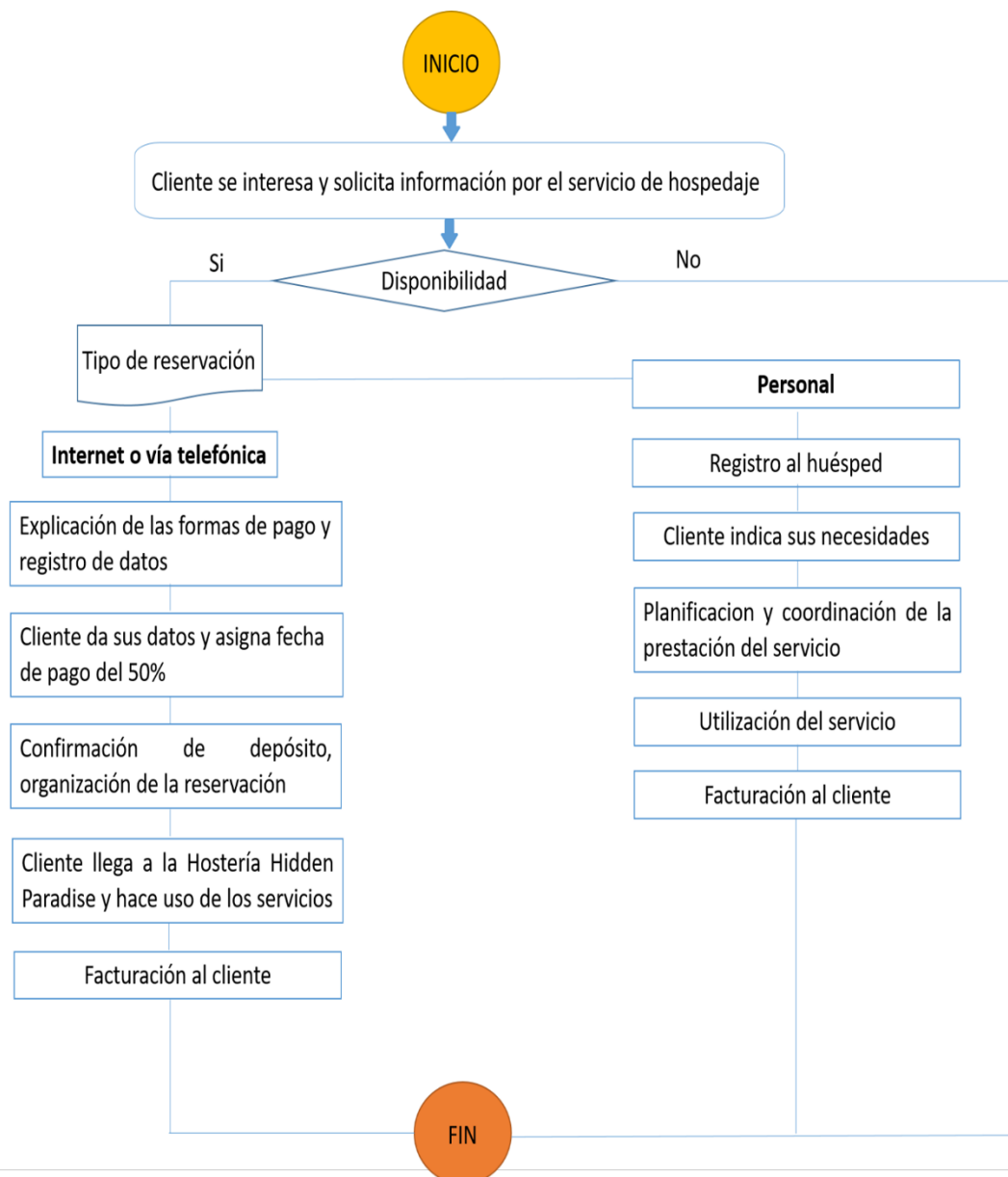


**Gráfico 39.** Flujograma de servicio “piscina, spa”

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo



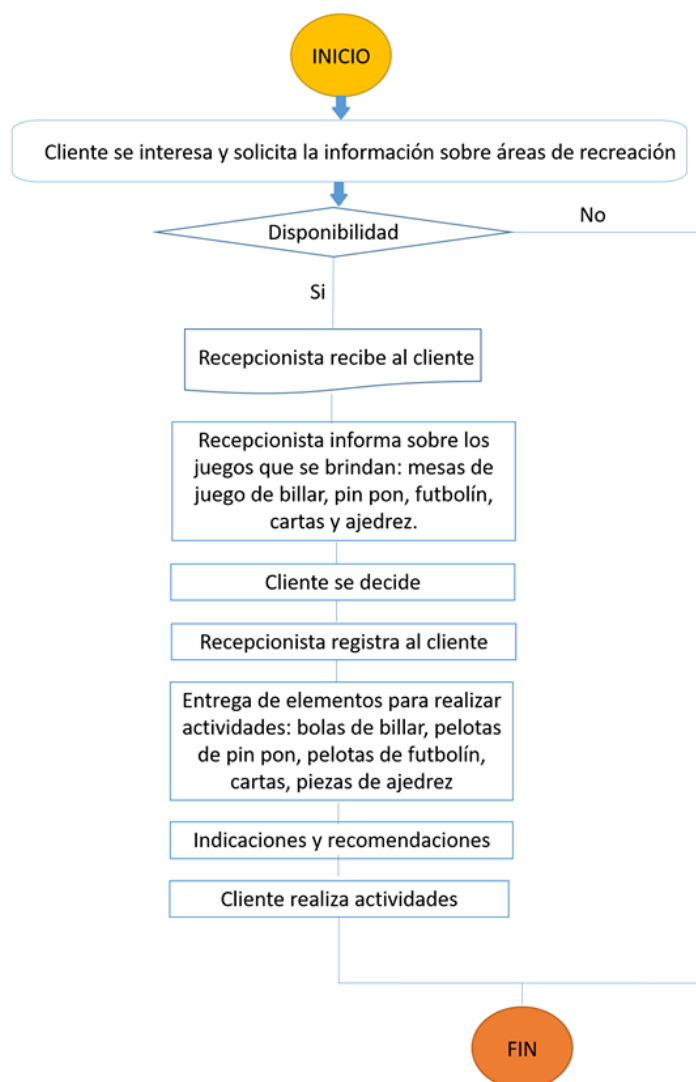
**b) Proceso de prestación del servicio “Hospedaje”**



**Gráfico 40.** Flujograma de servicio “Hospedaje”

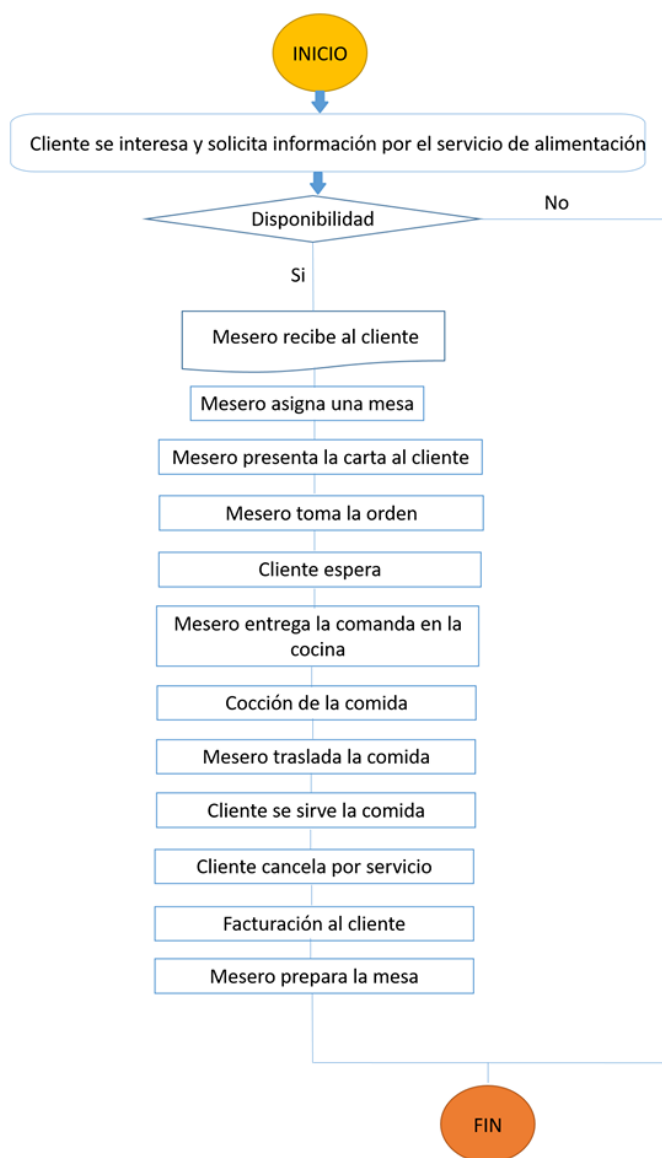
**Realizado por:** Jhonnatan Erazo

c) Proceso de prestación del servicio “áreas de recreación”



**Gráfico 41.** Flujograma de servicio “áreas de recreación”

**Realizado por:** Jhonnatan Erazo

**d) Proceso de prestación del servicio “alimentación”****Gráfico 42.** Flujograma de servicio “alimentación”**Elaborado por:** Jhonnatan Erazo

#### d. Menú para el área de alimentación

**Tabla 49.** Receta de comida típica de la zona “papas con cuero”

RECETA 1			
PAPAS CON CUERO			
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	COSTO
Papas	500	gr	0,4
Cuero	75	gr	0,5
Maní	1	onza	0,15
Aceite	1	ml	0,1
Cebolla blanca	1	unidad	0,1
Cebolla colorada	1	unidad	0,2
Sal	1	cuchara	0,1
Achiote	1	ml	0,2
Queso	50	gr	0,1
Ajo	1	onza	0,25
Leche	4	ml	0,2
Pan	1	unidad	0,2
Total			2,5




**Tabla 50.** Plato típico de la zona “papas con cuy”

RECETA 2			
PAPAS CON CUY			
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	COSTO
Papas	500	500 gr	0,4
Cuy	1	unidad	4,5
Cebolla colorada	1	unidad	0,2
Cebolla blanca	1	unidad	0,2
Aceite	1	ml	0,1
Maní	1	onza	0,15
Achiote	1	ml	0,2
Ajo	1	onza	0,25
Sal	1	cuchara	0,1
Carbón	1	libra	0,75
Pan	1	unidad	0,2
Lechuga	2	gr	0,05
Tomate	1	unidad	0,1
Limón	1	unidad	0,5
leche	4	ml	0,3
Total			8



**Tabla 51.** Receta de plato típico de la zona “papas con conejo”

RECETA 3			
PAPAS CON CONEJO			
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	COSTO
Papas	4	unidad	0,4
Conejo	1	unidad	4,5
Cebolla colorada	1	unidad	0,2
Cebolla blanca	1	unidad	0,2
Aceite	1	ml	0,1
Maní	1	onza	0,15
Achiote	1	ml	0,2
Ajo	1	onza	0,25
Sal	1	cuchara	0,1
Carbón	1	libra	0,75
Lechuga	2	gr	0,05
Tomate de carne	1	unidad	0,1
Limón	1	unidad	0,5
Pan	1	unidad	0,2
leche	4	ml	0,3
Total			8


**Tabla 52.** Receta de la región costa “corvina frita”

RECETA 4			
CORVINA FRITA			
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	COSTO
Arroz	0,5	libra	0,5
Corvina	0,5	libra	3
Limón	3	unidad	0,3
Sal	1	cuchara	0,1
Aliño	1	cuchara	0,2
Aceite	7	ml	0,2
Verde	1	unidad	0,4
ENSALADA			
Tomate de carne	1	unidad	0,25
cebolla colorada	1	unidad	0,2
Pimiento	1	unidad	0,2
lechuga	1	hoja	0,15
Aguacate	1	unidad	0,5
Total			6





**Tabla 53.** Receta de la costa ecuatoriana “pescado frito”

<b>RECETA 5</b>				
<b>PESCADO FRITO</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Unidad</b>	<b>COSTO</b>	
Arroz	0,5	libra	0,5	
Pescado	1	unidad	3	
Limon	3	unidad	0,3	
Sal	1	pizca	0,1	
Aliño	1	pizca	0,2	
Aceite	7	ml	0,2	
Verde	1	unidad	0,4	
<b>ENSALADA</b>				
Tomate de carne	1	Unidad	0,25	
cebolla colorada	1	Unidad	0,2	
Pimiento	1	Unidad	0,2	
lechuga	1	hoja	0,15	
Aguacate	1	unidad	0,5	
<b>Total</b>			<b>6</b>	

**Tabla 54.** Receta “camarones apanados”

<b>RECETA 6</b>				
<b>CAMARONES APANADOS</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Unidad</b>	<b>COSTO</b>	
Arroz	0,5	libra	0,5	
Camarón	0,5	Libra	2,6	
Limón	3	unidad	0,3	
Harina	0,5	libra	0,25	
Sal	1	pizca	0,1	
Aliño	1	pizca	0,2	
Aceite	7	ml	0,2	
Verde	1	unidad	0,4	
<b>ENSALADA</b>				
Tomate de carne	1	unidad	0,2	
Lechuga	1	hoja	0,15	
Pimiento	1	unidad	0,2	
Aguacate	1	Unidad	0,5	
cebolla colorada	1	Unidad	0,2	
Pimiento	1	Unidad	0,2	
<b>Total</b>			<b>6</b>	



### e. Requerimientos para el área productiva

#### 1) Talento humano para el área productiva

**Tabla 55.** Talento humano (mano de obra directa)

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Personal para servicios	1	386	386	5384
Recepcionista	1	400	400	5566
Mesero	1	200	200	2966
Cocinero	1	250	250	3616
Personal de aseo y limpieza / Conserje	1	386	386	5384
		<b>TOTAL</b>	<b>1622</b>	<b>22916</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### 2) Activos fijos

**Tabla 56.** Activos fijos

Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
<b>Bien inmueble</b>				
Terreno	9520	m2	8,4	79968
Construcción y edificación	6000	m2	32	192000
			<b>Sub total</b>	<b>271968</b>
<b>Máquinas y equipos</b>				
Cámara de video	6		100	600
Bomba de gua 1HP monofásico	1		250	250
Televisor plasma 32"	3		500	1500
Bicicletas	5		450	2250
Comunicadores	2	par	300	600
Conos	10		2	20
Bomba de gua 3HP monofásico	1		900	900
Amplificador	1	equipo	700	700
Parlantes	3	equipo	120	360
Cuchillas	1	maquinaria	100	100
Podadora	1	maquinaria	700	700
Yacusi	1	maquinaria	1200	1200
			<b>Sub total</b>	<b>9180</b>
<b>Muebles y enseres (servicios)</b>				
Juego de dormitorio (2 plazas, 2 veladores y	3	enseres	600	1800

colchón				
Juego de dormitorio (1plaza y media, 2 veladores y colchón)	4	enseres	400	1600
Juego de dormitorio (litera 1plaza y media, 2 veladores colchón)	4	enseres	150	600
Sillas para sol	4	mueble	28	112
Sillas para salón de eventos	40	mueble	10	400
Mesa de ping pong1	1	mueble	350	350
Tablero de ajedrez	1	mueble	45	45
Carpa 4 personas	4	mueble	180	720
Mesa de billar	1	mueble	600	600
Mesa de fútbolín	1	muebles	250	250
Raquetas de pin pon	8	enseres	2,5	20
Madera "duela"	8	mueble	25	200
Canastas	23	enseres	2,5	57,5
Espejos	4	enseres	15	60
Armario con cerradura	2	mueble	250	500
			Subtotal	<b>7314,5</b>
<b>Equipo de computo</b>				
Computadora	1	equipo	450	450
Impresora	1	equipo	180	180
			sub total	<b>630</b>
			<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>289092,5</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 3) Materia Prima, materiales e insumos

Tabla 57. Materia prima.

MATERIA PRIMA				
Materia prima	Cantidad	Unidad	C. Unidad	C. Total
Papas	50	quintal	12	600
Cuy	365	unidad	4,5	1642,5
Conejo	365	unidad	4,5	1642,5
Cuero	120	kg	2,3	276
Corvina	120	kg	7	840
Camaron	60	kg	8	480
Pescado	200	unidad	1,5	300
Cebolla colorada	35	quintal	12	420



Cebolla blanca	35	quintal	10	350
Aceite	20	caja	17	340
Achiote	20	caja	18	360
Sal	4	quintal	48	192
Ajo	5	quintal	20	100
Verde	24	cabeza	5	120
Aliño	60	unidad	1,25	75
Harina	10	quintal	45	450
Arroz	35	quintal	49	1715
Pimiento	40	quintal	12	480
Leche	12	caja	9	108
Pan	100	unidad	0,2	20
Carbón	100	fundas	2,5	250
Huevos	50	cubetas	3,1	155
Azúcar	12	quintal	48	576
Queso	300	Unidad	2,1	630

#### Bebidas

Cerveza	30	jaba	13	390
Gaseosa grande	20	pacas	9,5	190
Gaseosa pequeña	50	pacas	6	300
Aguas minerales	30	pacas	5,2	156
Jugo de mora	50	cajas	12	600
Jugo de frutilla	50	balde	7	350
Agua botellón	140	unidad	2,5	350
Tomate de árbol	50	caja	12	600
Total				15058

#### Insumos

Insumos de limpieza	cantidad	unidad	C. unidad	C. Total
Contenedor de basura ecológica	6	Unidad	45	270
Escobas	24	unidad	1,1	26,4
Trapeadores	24	unidad	1,1	26,4
Recogedores	12	unidad	1,5	18
Fundas	1	ciento	11	11
Detergentes	100	unidad	2	200
Guantes	12	caja	4,5	54
Indumentaria	12	unidad	15	180
Mascarillas	12	caja	6,5	78
Subtotal				863,8
Insumos de oficina				
Carpetas colgantes	8	Decena (10 carpetas)	2	16
Boletos	6	resma	3,3	19,8
Agendas	4	Paquete (2 agendas)	4	16

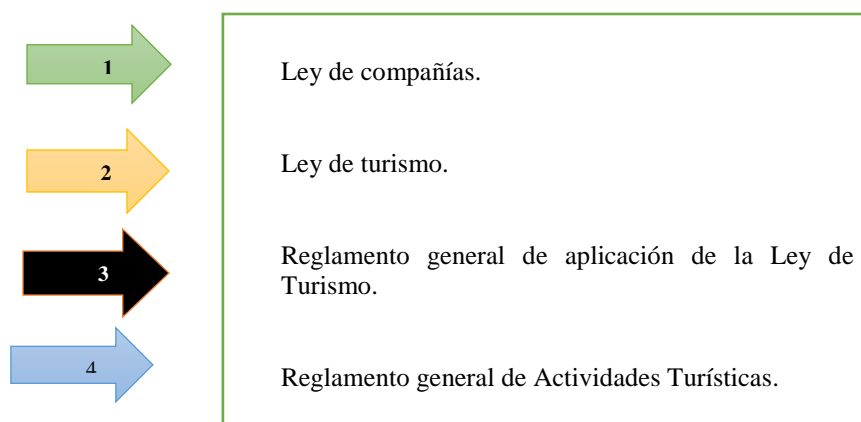
Caja de grapas	10	caja( 50 grapas)	0,6	6
Esferos	20	unidades	0,5	10
Subtotal				67,8
<b>Insumos de aseo</b>				
Jabón	1000	unidades	0,95	950
Shampoo	1000	sachet	0,75	750
Papel higiénico	30	paca	10	300
Servilletas	10	paca	15,5	155
Palillos	50	caja	0,85	42,5
Subtotal				2197,5
<b>Total materia prima e insumos</b>				<b>18187,1</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## C. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA

### 1. Análisis de leyes

El análisis de leyes realizadas a continuación ayudo a definir el tipo de organización.



## LEY DE COMPAÑÍAS

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva. Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil. En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituir la, no adquieren la calidad de comerciantes. La compañía se

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

**Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.**

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social. Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable.

Art. 120.- El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

Art. 121.- A las juntas generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

Art. 125.- Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Art. 129.- Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, Art. 133.- El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente reemplazado. Cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

Art. 138.- La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

Art. 139.- Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

## **LEY DE TURISMO**

En lo estipulado en la Ley de Turismo suscrita en Registro Oficial suplemento 733 el 27 de diciembre del 2002, se tomarán como referencia los siguientes artículos que permitirán la constitución legal del proyecto turístico a emprender.

**1) Art. 5.-**Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

**a)** Alojamiento

**b)** Servicio de alimentos y bebidas;

**c)** Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

**d)** Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

**e)** La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

**f)** Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**2) Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**4) Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

**a)** Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

**b)** Dar publicidad a su categoría;

**c)** Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

### **REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN DE LA LEY DE TURISMO**

En Decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

**1) Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.-** Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

**a) Alojamiento**

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

**2) Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.-**El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

**3) Del registro único de turismo**

**a) Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.-** Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

**b) Art. 48.- Pago por concepto de registro.-** El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

#### **4) De la licencia única anual de funcionamiento**

**a) Art. 55.- Requisito previo para la operación.-** Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

**b) Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento:** A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

**c) Art. 60.- Pago de la licencia:** El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la



## **REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

Haciendo uso del Reglamento general de Actividades Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002; los siguientes artículos son importantes en la constitución legal del proyecto.

**1) Art. 1.- Alojamientos.-** Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

**2) Art. 3.- Clasificación.-** Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

Subgrupo 1.1. Hoteles.

1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).

1.1.2. Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).

1.1.3. Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

1.2.1. Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.2. Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.2.3. Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

1.3.1. Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.3. Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).

1.3.4. Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

### **3) Hostería, Refugios, Moteles y Cabañas**

**a) Art. 26.- Cabañas.-**Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

**b) Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.-**Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;

b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;

c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,

d) Botiquín de primeros auxilios.

**c) Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.-**Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

Para poder constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

#### **1) Registro único de contribuyentes**

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

**a)** Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal

**b)** Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil

**c)** Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención

**d)** Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o

Agente de Retención.

- e) Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- g) Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- h) Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- i) Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

## **2) Patente municipal:**

a) Formulario de solicitud de patente. El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- i. Fecha de presentación.
- ii. Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma.
- iii. Numero de cedula.
- iv. Papeleta de votación
- v. Número de RUC
- vi. Nacionalidad
- vii. Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
- viii. Actividad económica a la que se dedica
- ix. Razón social con que opere
- x. Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
- xi. Ubicación del establecimiento
- xii. Firma autorizada del declarante
- xiii. Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica
- xiv. Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- xv. Copia de RUC
- xvi. Permiso del Cuerpo de Bomberos

## **3) Permisos sanitarios**

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b) Comprobante de pago de patente del año.
- c) Permiso sanitario de funcionamiento.
- d) Certificado(s) de salud.
- e) Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- f) Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

#### **4) Registro Actividad Turística**

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- a)** Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- b)** Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.
- c)** Copia del RUC
- d)** Copia de la cedula de identidad
- e)** Copia de la papeleta de votación
- f)** Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud
- g)** Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona Natural ecuatoriana o extranjera solicitante
- h)** Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
- i)** Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- j)** Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación

#### **5) Licencia Anual de Funcionamiento**

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- a)** Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b)** Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- c)** Patente municipal actualizada
- d)** Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- e)** Copia certificada del RUC
- f)** Lista de precios del establecimiento turístico
- g)** Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

### 6) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial

Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional y se necesita los siguientes requisitos:

- a) Copia de cedula de identidad del representante legal de la empresa.
- b) Copia del certificado de votación.
- c) RUC
- d) Patente municipal.
- e) Registro del Ministerio de Turismo.
- f) Dos fotos tamaño carnet.
- g) Costos de trámites pertinentes.

## 2. Requisitos legales

### a. Tipo de empresa

Hostería “HIDDEN PARADISE” se constituirá como una empresa privada de acuerdo a la ley vigente de la república del Ecuador.

### b. Requisitos para la creación

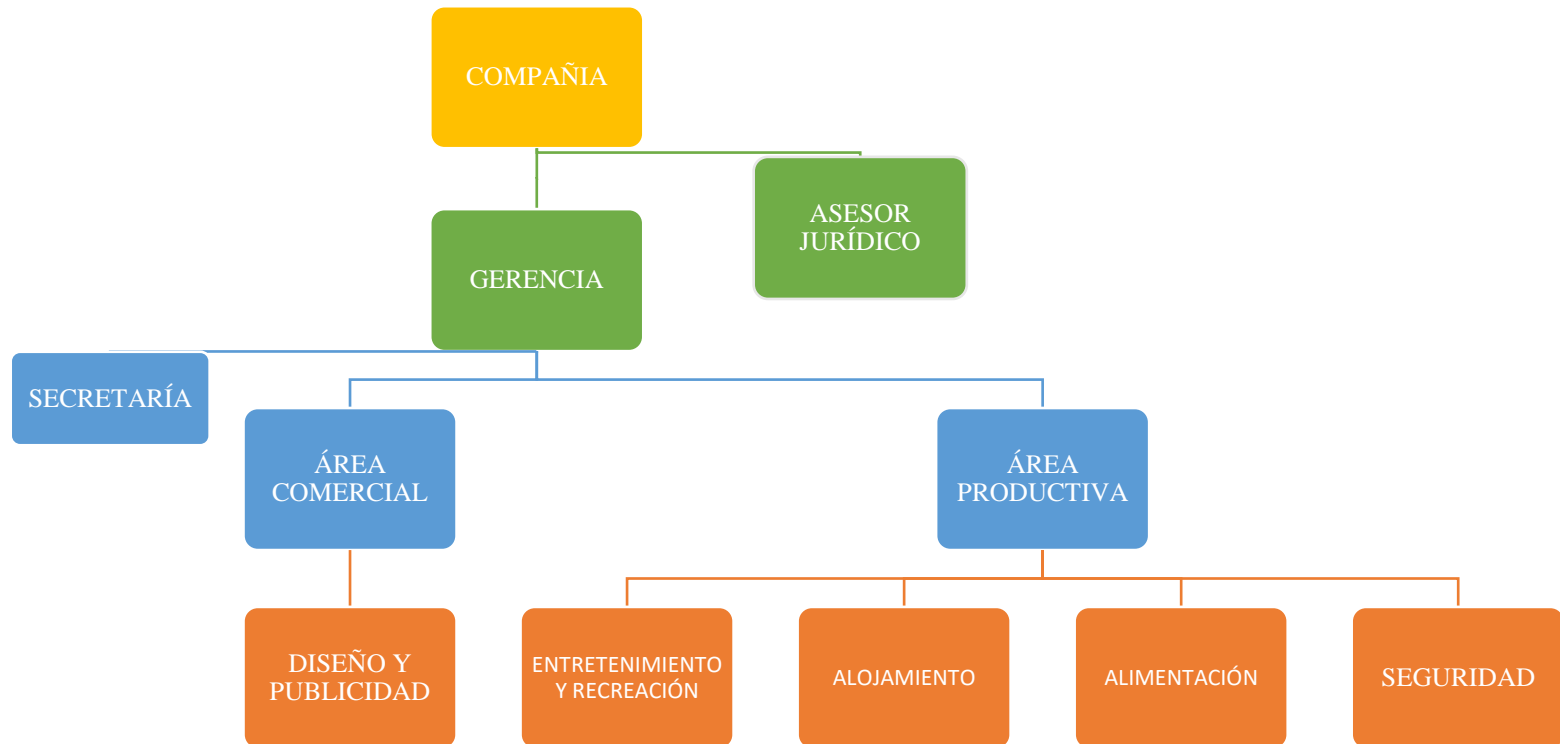
**Tabla 58.** Requisitos para la creación de la hostería

Gastos	Descripción	Valor
<b>De constitución</b>	Estatutos de constitución	300
	Elevación escritura de registro	600
	Registro de nombramiento legal	200
	Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	800
	IEPI	100
	Otras instituciones	200
	Subtotal	2200
<b>Permisos, patentes y licencias</b>	Registro del MINTUR	210
	Permiso sanitario	204
	Licencia de funcionamiento	140
	Otras instituciones	30
	Subtotal	584
<b>Total</b>		<b>2784</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 3. Estructura orgánica

#### a. Estructura organizacional y funcional de la Hostería

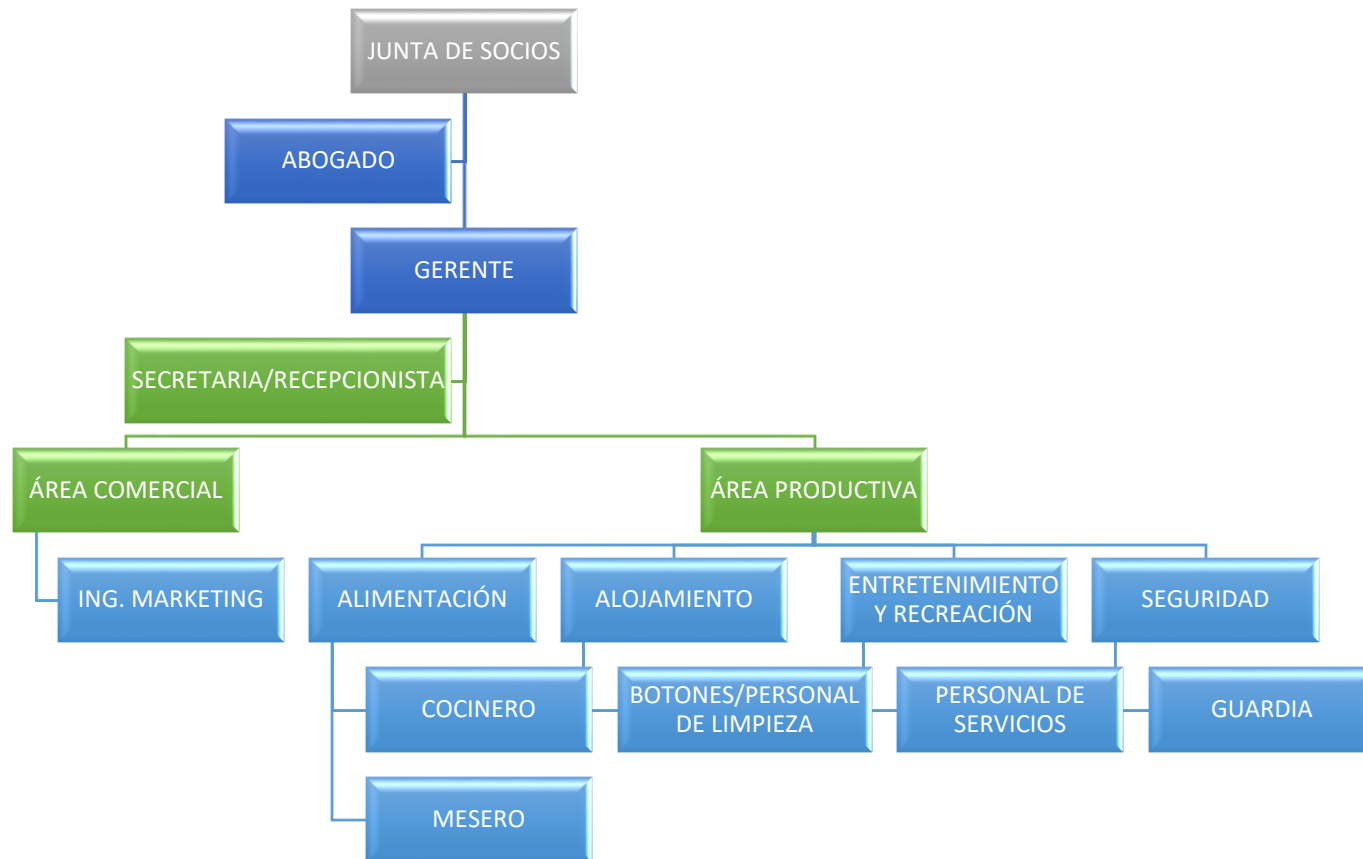


**Gráfico 43.** Estructura organizacional de la Hostería "Hidden Paradise"

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### 4. Estructura funcional

##### b. Estructura funcional de la Hostería



**Gráfico 44.** Estructura funcional de la Hostería "Hidden Paradise"  
**Realizado por:** Jhonattan Erazo

## 5. Manual de cargos y funciones

### a. Funciones del personal en la Hostería “Hidden Paradise”

En base a la información proporcionada a la administración de la Hostería “Hidden Paradise”, se presentan cada una de las funciones del personal.

ÁREA ADMINISTRATIVA			
Cargo	Responsabilidad	Requisitos Mínimos de Contratación	N:
GERENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir y hacer cumplir las políticas del establecimiento.</li> <li>- Controlar las diferentes áreas del establecimiento.</li> <li>- Controlar entrada y salida del personal.</li> <li>- Realizar las compras para el establecimiento.</li> <li>- Elaborar campañas publicitarias.</li> <li>- Definir promociones.</li> <li>- Realizar pago a proveedores y depósitos bancarios.</li> <li>Recibir y evaluar quejas de clientes.</li> <li>- Presentar informes periódicos hacia los dueños del establecimiento.</li> <li>- Coordinar la capacitación periódica del personal.</li> <li>- Realizar reuniones periódicas con empleados para escuchar sus quejas y Sugerencias.</li> <li>- Promover el trabajo en equipo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad entre 25 y 35 años.</li> <li>- Egresado o graduado de administración de empresas o ecoturismo.</li> <li>- Conocimientos avanzados de inglés.</li> <li>- Experiencia mínima de un año.</li> <li>- Buena presencia.</li> <li>- Buena actitud de servicio.</li> </ul>	<b>1</b>



Guardia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener y brindar la seguridad a los clientes al momento de su estadía.</li> <li>- La seguridad siempre se mantendrá en la puerta de ingreso, controlará el ingreso de las personas y que el pago del consumo se realice con la recepción de un tiquete que será entregado en la puerta.</li> <li>- Velar y cuidar por la seguridad de los vehículos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad mínima entre 25 y 35 años</li> <li>- Haber cumplido el servicio militar obligatorio</li> <li>- Certificado de reconocimiento, avalado por la Fuerzas Armadas del Ecuador</li> <li>- Experiencia mínima de 1 año</li> <li>- Estatura promedio de 1.75 m</li> </ul>	1
<b>ÁREA COMERCIAL</b>			
Cargo	Responsabilidad	Requisitos mínimos de contratación	N:
Ingeniero en Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer herramientas de publicidad de acuerdo a las características propias del proyecto</li> <li>- Coordinar procesos de marketing con el staff.</li> <li>- Dirigir campañas publicitarias permanentes a todo nivel.</li> <li>- Innovar en estrategias para el mejoramiento continuo del servicio y el negocio.</li> <li>- Mantener estabilidad y un buen entendimiento con el personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad comprendida entre 25 y 30 años</li> <li>- Título de tercer nivel en: Ingeniería en Marketing, Mercadotecnia, Empresas o afines.</li> <li>- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares</li> <li>- Conocimiento intermedio en el idioma inglés.</li> <li>- Buenas relaciones interpersonales.</li> <li>- Capacidad de liderazgo.</li> </ul>	1

ÁREA PRODUCTIVA			
Cargo	Responsabilidad	Requisitos mínimos de contratación	N:
Recepcionista / secretaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Atender al cliente.</li> <li>-Realizar reservaciones.</li> <li>-Realizar facturas.</li> <li>-Entregar información de todos los servicios.</li> <li>-Verificar la disponibilidad de los servicios.</li> <li>-Cerrar caja chica.</li> <li>-Crear informes de las actividades diarias al gerente general</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad mínima 20 años.</li> <li>- Estudios en: turismo, hotelería, gastronomía o afines.</li> <li>- Experiencia mínima de 1 año.</li> <li>- Buena presencia.</li> <li>- Poseer actitud de servicio.</li> </ul>	1
Cocinero	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Preparar los platillos que el cliente solicite de manera ágil y en perfectas condiciones de limpieza.</li> <li>-Brindar su apoyo en otras áreas en caso de así requerirlo.</li> <li>-Mantener limpios los utensilios y herramientas de trabajo.</li> <li>-Realizar las lista de insumos, materiales e ingredientes requeridos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad mínima de 25 años</li> <li>- Conocimiento en producción de comidas y bebidas</li> <li>- Dominio de condimentos e insumos de cocina</li> <li>- Actitud proactiva e integradora.</li> </ul>	1
Personal de limpieza	<ul style="list-style-type: none"> <li>-cuidar y mantener la limpieza del establecimiento.</li> <li>- Resolver los problemas de limpieza que presenten los visitantes</li> <li>- Mantener la hostería en un ambiente confortable.</li> <li>-Realizar compra de insumos de limpieza con sus respectivos comprobantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Edad mínima 20 años</li> <li>-Utilizar todos los implementos para la protección laboral</li> <li>-Actitud e servicio</li> </ul>	1

Personal de servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trasladar el equipaje de los clientes.</li> <li>-Mostrar la habitación correspondiente del cliente.</li> <li>-Atención al cliente.</li> <li>-Precautelar el cumplimiento de reglamento interno para el ingreso al spa</li> <li>Controlar la entrada y salida a la piscina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Edad minina 20 a 30 años</li> <li>-Experiencia en el cuidado del área de recreación (piscina, spa).</li> <li>-Predisposición de servicio y actitud proactiva</li> <li>-Buena presencia</li> </ul>	2
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasladar los alimentos a las mesas establecidas</li> <li>- Mostrar gentileza al promocionar el servicio</li> <li>- Estar presto a las necesidades de los clientes</li> <li>- Recolectar y servir los enseres de acuerdo a la ética correspondiente.</li> <li>- Mantener limpio el lugar de alimentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad minina de 18 a 30 años</li> <li>- Experiencia en ética y menaje</li> <li>- Actitud para realizar el trabajo</li> </ul>	

Elaborado por: Jhonnatán Erazo

## b. Requerimientos para el área administrativa

### 1) Talento Humano

**Tabla 59.** Talento humano

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Mes
Gerente	1	500	6866
Personal de seguridad	1	240	3486
		<b>TOTAL</b>	<b>10352</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 2) Activos fijos

**Tabla 60.** Activos fijos

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
<b>1, Muebles y enseres</b>				
Biblioteca	1	juegos de oficina	120	120
Sillas de oficina	2	juegos de oficina	50	100
Escritorio	1	juegos de oficina	100	100
Armario	1	Mueble-	180	180
Archivadores	3	juegos de oficina	20	60
<b>Subtotal</b>				560
<b>2, Maquinaria y equipos</b>				
Caja registradora	1	equipo	150	150
Perforadora	1	equipo	2,5	2,5
Calculadora	1	equipo	4	4
Grapadora	1	equipo	2	2
<b>Subtotal</b>				158,5
<b>3, Equipo de computo</b>				
Computadora	1	equipo	650	650
Impresora	1	equipo	180	180
<b>Subtotal</b>				830
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				1548,5

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 3) Activos diferidos

**Tabla 61.** Activos diferidos.

Denominación	Gasto total
Estudio de elaboración del proyecto	5000
Estudios arquitectónicos	5000
Copia notaria de las escritura	20
Apertura Banco Nacional de Fomento	800
Afiliación a la cámara de turismo	150
Registro de escrituras de inscripción	33,6
<b>TOTAL</b>	<b>9003,6</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 4) Permisos de funcionamiento

**Tabla 62.** Permisos de funcionamiento

Requisito	Gasto total
Licencia única anual de funcionamiento (LUAF), otorgada por el MINTUR	140
Patente Municipal de funcionamiento	20
Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de Bomberos del Cantón Mocha	500
Permiso ambiental	100
Permiso de utilización de rotulo	15
Permiso de suelo	35
<b>TOTAL</b>	<b>810</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### 5) Otros

**Tabla 63.** Otros

Denominación	Cantidad	Unidad	Gasto mensual	Gasto anual
Servicios básicos				
Agua	725	LTS	45	540
Luz	400	kw	30	360
Teléfono, internet, tv cable	1	nacional e internacional	50	600
<b>TOTAL</b>				<b>1500</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## D. DETERMINAR LA VIABILIDAD SOCIO AMBIENTAL

La matriz de Lázaro Lagos nos permitió identificar los impactos ambientales que provocará las actividades de la Hostería “Hidden Paradise” y posteriormente evaluar las mismas, con estos

resultados se escogió las actividades con mayor grado de impacto para darle solución de manera inmediata, los resultados se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 64.** Matriz de impactos ambientales

Actividades del proyecto que causan daños	Efecto	Medidas de mitigación	Requerimiento	Costo
<b>Suelo y agua</b>				
Generación de aguas servidas	Contaminación a través de pozos sépticos o descarga directa a medios acuíferos.	Planta de tratamiento de aguas servidas	Asesoramiento técnico y Maquinaria avanzada	1200,00
Construcción de infraestructura turística	Contaminación al utilizar materiales de construcción ajenos al entorno	Reciclar y recoger los desperdicios que sobren en la construcción	Maquinaria de reciclaje	1300,00
Aumento de turismo en la zona y deterioro de los sitios de visita	Alteración del ecosistema, y contaminación de suelo y agua con basura	Estudio de capacidad de carga y diseño de senderos con señalética y recolectores de basura	Determinar el número máximo de visitantes al día, y trazar los senderos adecuadamente con recolectores para una clasificación correcta	500,00
Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Contaminación por basura provenientes de áreas como cocina, spa, habitaciones y demás áreas de la hostería que generen desechos debido a las actividades diarias	Se implementará un Sistema de clasificación de desechos	Asesoramiento técnico	300,00
<b>Aire</b>				
Emisión de gases contaminantes y uso de productos químicos para limpieza y	Contaminación con partículas químicas que afectaran tanto la calidad del aire como	Usar productos naturales en cada área del hotel además de realizar inspecciones	Asesoramiento ambiental	500,00

desinfección	la del agua	semestrales para saber cuál es el estado de las maquinas que se van a utilizar.		
<b>Flora y fauna</b>				
Alteración de la cobertura vegetal y Alejamiento de especies de fauna	Perdida de plantas propias del ecosistema, además se puede ahuyentar especies animales de la zona, y se ven obligadas a migrar	Construir en lugares con la menor proporción de vida silvestre, y usar maquinaria lo menos ruidos posible	Estudio de vida silvestre, y maquinaria adecuada.	800,00
			<b>TOTAL</b>	<b>4600</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

El estudio ambiental aportará al desarrollo de medidas de mitigación enfocadas a proteger el agua, suelo, aire, flora y fauna de la zona, pues se procura que las actividades de la hostería causen el menor impacto posible al ecosistema donde se desarrollara el proyecto, el estudio ambiental tiene un valor de \$4600,00.

## **E. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA**

### **1. Viabilidad financiera**

#### **a. Inversiones**

**Tabla 65.** Tabla de inversiones

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>290641</b>
Maquinaria y equipos	9338,5
Equipos de computo	1460
Muebles y enseres	7874,5
Construcción y edificaciones	192000
Terreno	79968
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>31525</b>
Promoción y publicidad	4395
Permisos administrativos	2200
Permisos de funcionamiento	810
Estudio del proyectista	3000
Gasto financiero	21120
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8903</b>

Mano de obra directa	3819
Materia prima	2510
Insumos	366
Servicios básicos	250
Sueldos y salarios	1957
<b>TOTAL: AF; AD; CT</b>	<b>331069</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## b. Fuentes de financiamiento

**Tabla 66.** Tabla de fuentes de financiamiento

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>290641</b>	<b>C. PROPIO</b>	<b>C PRESTADO</b>
Maquinaria y equipos	9338,5	9338,5	
Equipos de computo	1460	1460	
Muebles y enseres	7874,5	7874,5	
Construcción y edificación	192000	0	192000
Terreno	79968	79968	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>33525</b>	<b>33525</b>	
Promoción y publicidad	4395	4395	
Permisos administrativos	2200	2200	
Permisos de funcionamiento	810	810	
Estudio del proyectista	5000	5000	
Gasto financiero	21120	21120	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8903</b>	<b>8903</b>	
Mano de obra directa	3819	3819	
Materia prima	2510	2510	
Insumos	366,25	366,25	
Servicios básicos	250	250	
Sueldos y salarios	1957	1957	
<b>TOTAL: AF; AD; CT</b>	<b>333069</b>	<b>141069</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>141069</b>	<b>192000</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## c. Amortización de la deuda

**Tabla 67.** Amortización de la deuda

<b>AÑO</b>	<b>PRESTAMO</b>	<b>CAPITAL A PAGAR</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>CUOTA</b>
2018	192000	38400	153600	21120	59520
2019	153600	38400	115200	16896	55296
2020	115200	38400	76800	12672	51072
2021	76800	38400	38400	8448	46848
2022	38400	38400	0	4224	42624

Realizado por: Jhonnatan Erazo



#### d. Depreciación de activos fijos

**Tabla 68.** Depreciación de activos fijos

Denominación	Valor del bien	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación del proyecto	Valor del salvamento
Terreno	79968				
Maquinaria y equipos	9338,5	5	1867,7	9338,5	0
Equipos de computo	1460	3	486,67	2433	-973
Muebles y enseres	7874,5	5	1574,9	7874,5	0
Construcciones, edificaciones	192000	20	9600	48000	144000
<b>TOTAL</b>	<b>290641</b>		<b>13529,3</b>	<b>67646</b>	<b>222995</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### e. Amortización de activos diferidos

**Tabla 69.** Amortización de activos diferidos.

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
33525	6705	6705	6705	6705	6705

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### f. Estructura de costos y gastos

**Tabla 70.** Estructura de costos y gastos.

DENOMINACIÓN	1	2	3	4	5
<b>Costos de producción</b>	41103	42345	42981	43625	44280
Mano de obra directa	22916	23608,64	23962,77	24322,21	24687,04
Materias primas/ materiales e insumos	18187	18737	19018	19303	19593
<b>Gasto administrativo</b>	32991,27	33440,47	33670,14	33903,25	34139,86
Sueldos y salarios	10352,0	10664,89	10824,86	10987,24	11152,04
Permisos	3010,00	3100,98	3147,49	3194,70	3242,62
Depreciaciones	13529,27	13529,27	13529,27	13529,27	13529,27
Estudio ambiental	4600,00	4600,00	4600,00	4600,00	4600,00
Servicios básicos	1500	1545,34	1568,52	1592,05	1615,93
<b>Gasto ventas</b>	4250	4378,46	4444,13	4510,80	4578,46
Promoción y publicidad	4250	4378,46	4444,13	4510,80	4578,46
<b>Gastos financieros</b>	21120	16896	12672	8448	4224
<b>Total de costos y gastos</b>	<b>99464,37</b>	<b>97060,37</b>	<b>93766,89</b>	<b>90487,38</b>	<b>87222,03</b>

Realizado por: Jhonnatan Erazo

#### g. Ingresos

**Tabla 71.** Ingresos por entrada al establecimiento.

PERSONAS 13 AÑOS ADELANTE	PRECIO ENTRADA \$ 5,00	TOTAL
845	5	4225

858	5	4289
871	5	4353
884	5	4418
897	5	4484
910	5	4552

Realizado por: Jhonnatan Erazo

**Tabla 72.** Ingresos por paquete.

INGRESOS POR PAQUETE	DEMANDA OBJETIVA	TOTAL
26,4	4789	126418
26,4	5507	145381
26,4	6333	167188
26,4	7283	192266
26,4	8375	221106
26,4	9632	254272

Realizado por: Jhonnatan Erazo

**Tabla 73.** Total de ingresos para el establecimiento.

INGRESOS		TOTAL
PERSONAS 13 AÑOS EN ADELANTE (5,00)	INGRESOS POR PAQUETE	
4225	126418	130643
4289	145381	149669
4353	167188	171541
4418	192266	196684
4484	221106	225590
4552	254272	258823

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## h. Estados de resultados

**Tabla 74.** Estado de resultados

RUBROS	1	2	3	4	5
<b>Ventas netas</b>	149669	171541	196684	225590	258823
<b>Costos de producción</b>	41103,10	42345,44	42980,62	43625,33	44279,71
Utilidad bruta	108566,16	129195,25	153703,53	181964,99	214543,75
<b>Gastos administrativos</b>	32991,27	33440,47	33670,14	33903,25	34139,86
<b>Gastos de ventas</b>	4250	4378,46	4444,13	4510,80	4578,46
Utilidad operativa	71324,89	91376,32	115589,26	143550,94	175825,43
<b>Gastos financieros</b>	21120	16896	12672	8448	4224
<b>Utilidad antes de imp y rep. De bienes.</b>	50204,89	91376,32	115589,26	143550,94	175825,43
impuesto 25%	12551,22	22844,08	28897,31	35887,73	43956,36

<b>Utilidad antes rep. De utili.</b>	37653,67	68532,24	86691,94	107663,20	131869,07
Beneficio 15%	5648,05	10279,84	13003,79	16149,48	19780,36
<b>Utilidad neta</b>	32005,62	58252,41	73688,15	91513,72	112088,71

Realizado por: Jhonnatan Erazo

### i. Flujo de caja

**Tabla 75.** Flujo de caja

<b>RUBROS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Inversiones</b>	333069					
<b>Valor de salvamento</b>					290641	
<b>Capital de trabajo</b>						8903
<b>Utilidad neta</b>	32005,62	58252,41	73688,15	91513,72	112089	
<b>Depreciación</b>	13529,27	13529,27	13529,27	13529,27	13529	
<b>Flujo de Caja</b>	-333069	45534,89	71781,67	87217,42	105043	425161
<b>Factor de actualización</b>	1	0,987	0,97	0,96	0,95	1
<b>Flujo de caja actualizado</b>	-333069	44950,53	69951,12	83902,50	99753,76	398572

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## 2. Índices financieros

**Tabla 76.** Índices financieros.

<b>PRC</b>	<b>en el año 5</b>
<b>RBC</b>	2,09
<b>VAN</b>	\$ 84.541,68
<b>TIR</b>	23%

Realizado por: Jhonnatan Erazo

## **VIII. CONCLUSIONES**

A. El estudio de mercado realizado indica que tuvo el 96% de aceptación de visitantes locales y 89% de turistas nacionales, es decir este estudio básicamente determinó el perfil del turista y por ende sus gustos y preferencias, teniendo como resultado una demanda objetiva de 5634 clientes.

B. El estudio técnico me permitió formular un paquete turístico de un día viable dentro de la hostería, ya que las actividades del cliente desean tener contacto con la naturaleza como los huertos frutales, senderos que resaltan la belleza extracta arbórea del lugar.

C. La viabilidad administrativa legal nos permite mantener un adecuado manejo de la hostería ya sea en la parte legal como en la parte funcional de la hostería, a la vez se obtiene una herramienta fundamental para un control minucioso de los involucrados.

D. El estudio financiero indica que el estudio de factibilidad para el implemento de una hostería en el cantón Mocha es económica y financieramente rentable pues alcanza una TIR del 23%, un VAN de \$ 84.541,68 su RBC de \$ 2.09 es decir que por cada dólar invertido se tendrá una ganancia de 1.09 centavos de dólar y el PRC está en el quinto año, en relación a los 5 años de vida útil del proyecto.

**IX. RECOMENDACIONES**

- A. Fomentar a los pobladores mediante el buen manejo de la hostería para así de esta forma poder incentivar a los pobladores a la inversión en emprendimientos turísticos, a la vez mejorar la calidad de vida de los pobladores y mejorar los ingresos económicos del cantón
- B. Generar alianzas entre el Ministerio de turismo, ambiente y gobiernos autónomos descentralizados de la provincia de Tungurahua, para el continuo enriquecimiento de conocimientos y el constante progreso de la provincia en temas turísticos.
- C. Mantener en consideración prioritaria las medidas de mitigación para no generar impactos ambientales que pueda perjudicar a la población local
- D. Sujetarse al manual de cargos y funciones al momento de contratar al personal y brindar capacitación continua para un mejor servicio de la hostería

## **X. RESUMEN**

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua; mediante trabajo de campo e información primaria y secundaria; para ejecutar el estudio de mercado comprendido en dos segmentos, clientes locales y turistas nacionales, para conocer las necesidades del turista obteniendo su perfil. Se estableció como potenciales clientes locales a los profesionales técnicos y trabajadores asimilados. Y para la demanda nacional se tomó como referencia el incremento turístico en el año 2017 para el cantón. En el estudio técnico se definió la localización del proyecto, la planificación y diseño técnico de la infraestructura adquiriendo una capacidad mínima de 15 turistas diarios en los servicios de alimentación, recreación – spa, además se obtuvo para actividades prioritarias que desean realizar los turistas como observación del paisaje (18.5%) una capacidad de 3 clientes diarios, y la actividad de ciclismo con un 28% una capacidad de 4 clientes diarios, calculando costos y gastos del mobiliario, equipos y materia prima para el primer año necesarios para la operación turística se realizó el estudio de mercadotecnia. Se estructuró el funcionamiento organizativo y funcional de la empresa con su manual de cargos de funciones. El extracto legal del proyecto se encuentra sustentado por las leyes ecuatorianas vigentes. En el estudio ambiental se realizó una matriz de impactos ambientales para cumplir un seguimiento y saber su costo. El estudio económico determinó la inversión total del proyecto \$ 311.949, se calcularon los siguientes procesos: costos e ingresos, estado de proforma de resultados, balance general, flujo de caja. En los índices financieros se evaluó el VAN: \$105.349.56, la relación beneficio costo RBC: \$2.23, el PRC: 5 y el TIR: 25%. Se concluye que el proyecto es ambiental, social y económicamente factible.

**Palabras clave:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD – TURISMO RECREACIONAL - IMPACTOS AMBIENTALES.

**Por:** Jhonnatan Erazo

## **XII. BIBLIOGRAFÍA**

- Altuve, J. G., & Altuve, J. G. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. Universidad de los Andes, Venezuela.  
Recuperado el 18 de Noviembre del 2017, <http://www.redalyc.org/pdf/257/25700902.pdf>
- Anzil, F. (2004). Criterios de decisión. Textos de análisis económico. Recuperado el 20 Noviembre del 2017. <http://repositorio.espm.edu.ec/bitstream/42000/368/1/TAE11.pdf>
- 0Burneo-Valarezo, S., Delgado Vítore, R., & Vérez, M. A. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 305-312.
- Balderas, A., Gutierrez-Madroñal, L., Palomo-Duarte, M., & Dodero, J. M. (2016). Evaluación de competencias genéricas en proyectos colaborativos en wikis. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101002.pdf>
- Camaraco, A. (2014). Ecoturismo y geoturismo: alternativas estratégicas para la promoción del turismo ambiental sustentable venezolano. *Revista de Investigación*, 40(88), 202-228. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1010-29142016000200011](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142016000200011)
- Correa García, J. A., Ramírez Bedoya, L. J., & Castaño Ríos, C. E. (2010). La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 18(1). Recuperado el 11 Diciembre 2017, de <http://www.redalyc.org/html/909/90920479010/>
- Cosio, H., & Joaquín, M. (2011). Los proyectos y los planes de negocios. *Perspectivas*, (27), 23-45. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Cubijes. (2015). Diagnostico situacional. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de <http://cubijes.gob.ec/index.php/la-parroquia/aspectos-generales>
- González Díaz, L., & Vidaud Quintana, I. (2009). Factores para evaluar la viabilidad de proyectos de conservación de edificaciones esenciales, no productivas, en zonas sísmicas. *Ingeniería*, 13(1). Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46713055003>

- Hernández, M. G., & De La Calle Vaquero, M. (2006). Turismo en el medio rural: conformación y evolución de un sector productivo en plena transformación. El caso del Valle del Tiétar (Ávila). *Cuadernos de turismo*, (17), 75-102. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
- Jalani, J. (2012). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/870/87038991004.pdf>
- Johnson, R., & Melicher, R. (1998). Correcta realización de los planes financieros en las empresas. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700902>
- Márquez Díaz, C. L., & Castro, J. F. (2015). Uso del Valor actual Neto, tasa Interna de retorno y relación Beneficio-coste en la evaluación financiera. *Revista de la Facultad de Ciencias Veterinarias*, 56(1), 052-057.
- Melgar. (2004). *Ecoturismo como una alternativa de desarrollo local*. Recuperado el 28 de Noviembre del 2017 de <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275004.pdf>
- Ministerio de Turismo. MINTUR. (2017). Recuperado el 20 de Diciembre del 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, 10(1), 135-158. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Nogueira-Rivera, D., Medina-León, A., Hernández-Nariño, A., Comas-Rodríguez, R., & Medina-Nogueira, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 106-115.
- Organización Mundial de Turismo. OMT. (2008). Conceptos de turismo. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom08\\_3\\_excerpt\\_ps.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_3_excerpt_ps.pdf)
- Puertas Cañaveral, I. (2007). Ecoturismo en las reservas de la biosfera. *Granada: Universidad de Granada*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/3761/376147131011.pdf>



- Ramírez Cavassa, C. (2006). *Marketing turístico*. Trillas. Universidad de Ciencias Comerciales Nicaragua de <http://www.venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm>.
- Ramírez, D., Vidal, A., & Domínguez, Y. (2009). Etapas del análisis de factibilidad. *Compendio Bibliográfico. Cuba: Editorial del Centro Universitario" Vladimir Llich Lenín*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2017, de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de alojamientos turísticos* Recuperado el 21 Noviembre de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía, 11*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de eumed: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Santos, T. (2008). *Contribuyentes a la economía*. ReThe International Ecotourism Society. (1990). Definición y principios del ecoturismo. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de <http://www.ecotourism.org/book/definicion-y-principios-del-ecoturismo>
- Vignati Scarpati, F. (2009). Gestión de destinos turísticos: como atraer personas a polos, ciudades y países: Trillax. Universidad Nacional Agraria, Nicaragua. Recuperado el 28 de Noviembre del 2017, de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=81622582003>

### **XIII. ANEXOS**

#### **Anexo 1. Encuesta dirigida para los clientes locales**

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, ya que la información brindada será de gran ayuda para Implementar una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua.

#### **Datos Generales:**

**1. Género:** Masculino ☐ Femenino ☐

**2. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?**

15 - 25años ☐ 26 - 35años ☐

36 - 45años ☐ 46 - 55años ☐

Mayor a 55años ☐

**3. ¿Le gustaría pasar en un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza?**

Sí ☐ No ☐

**4. ¿Qué servicios le gustaría utilizar en la hostería?**

Piscina ☐ Spa (sauna, turco, hidromasaje) ☐

Áreas de recreación ☐ Alimentación ☐

Internet ☐ Todas las anteriores ☐

**5. ¿Qué actividad le gustaría realizar en la hostería?**

Trekking ☐ Fotografía ☐ Camping ☐

Agroturismo ☐

Observación del paisaje ☐

Ciclismo ☐

**6. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la hostería?**

Típico de la zona ☐

Delicias del mar ☐

Vegetariana ☐

**7. ¿Cuándo usted viaja, cuál es su promedio de estadía?**

1 día ☐

2 a 3 días ☐

Más de 3 días ☐

**8. ¿Normalmente usted viaja con?**

Solo ☐

Familia ☐

Pareja ☐

Amigos ☐

**9. Cuando usted viaja, cuánto gasta por día?**

\$10 a \$20 ☐

\$21 a \$40 ☐

Más de \$40 ☐

**10. ¿Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística?**

Amigos, familia	<input type="checkbox"/>	Agencias de viaje	<input type="checkbox"/>	Libros y revistas	<input type="checkbox"/>
Guías turísticos	<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input type="checkbox"/>	Radio, tv	<input type="checkbox"/>

**GRACIAS POR SU ATENCIÓN.**

**Anexo 2. Encuesta dirigida para los turistas nacionales**

Agradecemos su colaboración en esta encuesta, ya que la información brindada será de gran ayuda para Implementar una hostería en el cantón Mocha, provincia de Tungurahua.

**Datos Generales:**

1. **Género:** Masculino ☐ Femenino ☐

2. **¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?**

15 - 25años ☐ 26 - 35años ☐

36 - 45años ☐ 46 - 55años ☐

Mayor a 55años ☐

3. **Lugar de procedencia**

---

4. **¿Conoce usted o ha escuchado acerca del cantón Mocha?**

Sí ☐ No ☐

5. **¿Le interesaría visitar el cantón Mocha?**

Sí ☐ No ☐

6. **¿Le gustaría visitar un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza?**

Sí ☐ No ☐

**7. ¿Realizaría usted la compra de algún paquete para visitar el cantón Mocha, específicamente la hostería?**

Sí ☐ No ☐

**8. ¿Qué servicios le gustaría utilizar en la hostería?**

Piscina ☐ Spa (sauna, turco, hidromasaje) ☐ Áreas de recreación ☐

Alimentación ☐ Internet ☐ Todas las anteriores ☐

**9. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la hostería?**

Trekking ☐ Fotografía ☐ Camping ☐

Agroturismo ☐ Observación del paisaje ☐ Ciclismo ☐

**10. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la hostería?**

Típica de la Zona ☐ Vegetariana ☐ Nacional ☐

**11. ¿En qué temporada del año usted viaja?**

Enero – Marzo ☐

Abril – Junio ☐

Julio – Septiembre ☐

Octubre – Diciembre ☐

**12. Cuando usted viaja, cuál es su promedio de estancia?**1 día ☐2 – 3 días ☐4 - 5 días ☐6 – 7 días ☐Más de 7 días ☐**13. Normalmente usted viaja con:**Solo ☐ familia ☐ Con su pareja ☐ amigos ☐ Tour contratado ☐**14. Cuando viaja generalmente cuánto gasta por día?**20 a 50 USD ☐ 51 a 100 USD ☐ 101 a 200 USD ☐**15. ¿Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística?**Agencias de viaje/Tour Operadoras ☐ Amigos / Familiares ☐ Guías turísticas ☐Libros/Revistas ☐ Redes sociales ☐ Radio/TV ☐**GRACIAS POR SU ATENCIÓN.**